

Numer 57

maj 2024

ISSN: 2657-9502

# Nowoczesne Doradztwo Zawodowe w Szkole Podstawowej

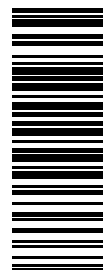


**E-DYŻUR  
OŚWIATOWY**



**W tym miesiącu kolejne dyżury online!**

Nasz ekspert odpowie na wszystkie pytania  
z zakresu prawa oświatowego!



*Ja w najlepszym wydaniu – moja marka osobista*

Marka osobista  
– po co mi ona?

Personal branding. Z jakich narzędzi warto  
skorzystać, by zbudować markę osobistą?

**Doradztwo zawodowe – czas start!**



## Dorota Dudzińska | REDAKTOR

Redaktor czasopisma Nowoczesne Doradztwo Zawodowe w Szkole Podstawowej. Redaktor merytoryczna recenzowanego miesięcznika Strefa Logopedy. Neurologopeda, polonista, oligofrenopeda, terapeuta ręki.

## Szanowni Czytelnicy!

W majowym numerze Nowoczesnego Doradztwa Zawodowego w Szkole Podstawowej zachęcamy do budowania swojej dobrej marki osobistej. Podpowiadamy, w jakim celu to robić i z jakich narzędzi skorzystać. W artykułach Czytelnik znajdzie odpowiedzi m.in. na pytania:

- Czy już w szkole podstawowej uczeń może zacząć kreować swoją markę osobistą?
- Co buduje, a co niszczy jakość personal branding?

W części praktycznej, jak co miesiąc, znalazły się scenariusze zajęć z pomysłowymi ćwiczeniami, plakat i konkurs dla doradców zawodowych z nagrodami.

Z życzeniami owocnej lektury  
**Dorota Dudzińska**

## Autorzy artykułów, scenariuszy zajęć i kart pracy:



### Julia Szytk

Doradca zawodowy PSZ. Trener wielu metod pracy w temacie rozwoju osobistego i zawodowego jednostki. Autorka bloga i kanału na FB „Profesjonalny Doradca Zawodowy”.



### Katarzyna Kielisiak

Doradca zawodowy i coach kariery, trener zmiany, certyfikowany projektant kariery metodologii „CareerDesign”.



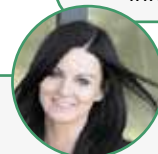
### Katarzyna Płuska

Specjalista ds. komunikacji społecznej, certyfikowany trener TUS, menedżer oświaty, trener soft skills, autorka serwisu „Miętko o kompetencjach” [www.katarzynapluska.pl](http://www.katarzynapluska.pl).



### Monika Kreft

Pedagog, andragog, doradca zawodowy i coach. Pasjonatka kreatywnej edukacji i rozwoju osobistego. Projektantka narzędzi, które ułatwiają współpracę specjalistów z młodzieżą, odkrywają potencjał, wzmacniają poczucie własnej wartości i wspierają wybory edukacyjno-zawodowe. Założycielka Monika Kreft – Wspieranie w zmianie oraz Narzędziownika Ekspertów.



### Agnieszka Kościuczyk

Projektantka kariery, właścicielka Careerdesign, twórczyni kompetencji projektanta kariery, modelu Careerdesign, Akademii Projektantów Kariery, współtwórczyni M.A.K. Młodzieżowej Akademii Kariery i Projektanta kariery biznesu. Przeprowadziła liczne obserwacje i badania dotyczące życia zawodowego. Tworzy kompendium kariery, wydała m.in. „Poradnik CV” ([poradnikcv.pl](http://poradnikcv.pl)).

## W NUMERZE:

### CZĘŚĆ TEORETYCZNA

- Marka osobista – po co mi ona? ..... str. 1
- Personal branding. Z jakich narzędzi warto skorzystać, by zbudować markę osobistą? ..... str. 3

### CZĘŚĆ PRAKTYCZNA

1. Jestem dobry w... – sztuka mówienia o sobie w superlatywach ..... str. 7
  2. Pokaż się z dobrej strony ..... str. 10
  3. Moje ślady w sieci ..... str. 13
  4. Jak chcę być postrzegany? Moje wyobrażenie dobrej marki osobistej ... str. 17
  5. Zareklamuj się! ..... str. 19
  6. Kim będę w przyszłości? ..... str. 21
  7. Czego mogę nauczyć innych? O mocnych stronach i talentach ..... str. 24
  8. Nie widzę? Nie słyszę? Nie chodzę? Pracuję! 5 maja Europejski Dzień Walki z Dyskryminacją Osób z Niepełnosprawnością ..... str. 28
  9. Łączy nas książka. 8 maja Ogólnopolski Dzień Bibliotekarza i Bibliotek ..... str. 30
- Konkurs dla Doradców Zawodowych ..... str. 35
- Plakat: Buduj wysokiej jakości markę osobistą ..... str. 36

Wiedza i Praktyka sp. z o.o.  
ul. Łotewska 9A, 03-918 Warszawa  
NIP: 526-19-92-256

Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy,  
Sąd Gospodarczy XIII Wydział Gospodarczy  
Rejestrowy. Wysokość kapitału zakładowego: 200.000 zł  
Nr rejestrowy BDO 000008579

Kierownik grupy wydawniczej: Agata Jastrzębska

Wydawca: Karolina Mutryn

Redaktor merytoryczna: Dorota Dudzińska

Redakcja: Marta Wysocka

Koordinacja produkcji: Mariusz Jezerski, Magdalena Huta

Korekta: Zespół

Projekt graficzny publikacji: Piotr Fedorczyk

Skład i łamanie: Triograf, Dariusz Kotacz

Drukarnia: KRM Druk sp. z o.o., sp. k.

Nakład: 1000 egz.

ISSN: 2657-9502

„Nowoczesne Doradztwo Zawodowe w Szkole Podstawowej” wraz z przysługującymi Czytelnikom innymi elementami dostępnymi w prenumeracie (e-letter, strona WWW i inne) chronione są prawem autorskim. Przedruk materiałów opublikowanych w poradniku „Nowoczesne Doradztwo Zawodowe w Szkole Podstawowej” oraz w innych dostępnych elementach prenumeraty – bez zgody wydawcy – jest zabroniony. Zakaz nie dotyczy cytowania publikacji z powołaniem się na źródło.

Informacje o prenumeracie:

tel.: 22 518 29 29 , faks: 22 617 60 10 , [www.formularze.wip.pl](http://www.formularze.wip.pl)



# Marka osobista – po co mi ona?

Każdy, świadomie lub nieświadomie, codziennie buduje swoją markę osobistą. Na jej obraz składają się sposób prezentowania się offline i online, wyznawane wartości, podejmowane działania i decyzje oraz sposób postrzegania przez otoczenie. Marka wiąże się z wizerunkiem i reputacją<sup>1</sup>. Kształtuje się oraz ujawnia we wszystkich obszarach życia, zarówno prywatnego, edukacyjnego, jak i zawodowego.

## Czym jest marka osobista?

Marka osobista (ang. *personal brand*) to obraz osoby<sup>2</sup>, jej wizerunek. J. Bezos, twórca amazon.com, miał powiedzieć, że „jest tym, co mówią o tobie ludzie, kiedy wyjdiesz z pokoju”. To sposób postrzegania człowieka przez innych ludzi i, co ważniejsze, przez niego samego. Wg M. Grzesiaka<sup>3</sup> nie ma ona autorskiego charakteru. Powstaje w oparciu o osobiste przekonania i światopogląd, ale też sygnały wysyłane z otoczenia. Jest zależna od środowiska – czy jest wspierające czy toksyczne. To, jak człowiek sam siebie postrzega, ma kluczowy wpływ na jego samoocenę i zachowanie.

## Wartość marki

Działanie człowieka zależy od tego, co o sobie myśli<sup>4</sup>. Jeśli uważa siebie za osobę kreatywną, to chętnie dzieli się wieloma pomysłami, podejmuje wyzwania, nie boi się innowacji. Istnieje także odwrotna zależność – jeśli ktoś ma kompleksy lub niskie poczucie własnej wartości, np. jest przekonany o swojej wstydlivości, to dokonuje wyborów potwierdzających taki tok myślenia, np. unika skupiania na sobie uwagi.

W pracy z młodymi osobami warto uświadamiać im, że wszystko, co robią, ich określa. Trafne, przemyślane działania pozwolą wyróżnić się na tle innych wysokiej jakości marką osobistą<sup>5</sup>.

## Składowe marki

Personal brand to:

- suma kompetencji (wiedzy, doświadczenia i praktyki),
- dobra reputacja i rozpoznawalność,
- osobowość,

<sup>1</sup> Marka osobista – dlaczego warto i jak ją budować? <https://rynekpierwotny.pl/wiadomosci-mieszkaniove/marka-osobista-dlaczego-warto-i-jak-ja-budowac/11828/> [dostęp: 8.03.2024 r.].

<sup>2</sup> M. Grzesiak, *Personal branding, czyli jak skutecznie zbudować autentyczną markę osobistą*, Gliwice 2020, s. 19.

<sup>3</sup> Tamże.

<sup>4</sup> Tamże.

<sup>5</sup> K. Żyłowska, *Marka osobista – definicja i przykłady*, <https://marketinglink.pl/marka-osobista-definicja-i-przyklady/> [dostęp: 25.02.2024 r.].

- relacje,
- kapitał, czyli nasze zasoby.

Niezależnie od wieku, w każdym należy być świadomym swojego kapitału, ponieważ nierozwijany i niepomnażany traci na wartości. Działaniami koniecznymi, by zbudować i zachować dobry osobisty wizerunek ucznia, nauczyciela, pracownika, są więc troska o własny kapitał i niekończące się próby jego rozwoju. Fundament budowania marki to wiedza<sup>6</sup>.

## Kruchość personal branding

Budowa marki to długotrwały proces, który wymaga czasu, wysiłku i kontroli. Jedna nieprzemysłana decyzja, np. zamieszczony niestosowny komentarz w Internecie, może niekiedy zniszczyć wyniki wieloletnich starań. M. Łodyga, ekspert strategii marketingowych, twierdzi, że „marka osobista jest szczególnie, ponieważ musi czerpać z osobowości i doświadczenia prawdziwej osoby. W procesie jej budowy wszelka manipulacja oraz oszustwo są zaproszeniem do kryzysu. Żyjemy w świecie, w którym przeświadczenie całego niemal życiorysu jest dostępne pod każdą strzechą”<sup>7</sup>.

## Uniwersalne zasady w kształtowaniu relacji z innymi i budowie personal branding

Wartościowe w kontekście budowy marki osobistej są **uniwersalne zasady** autorstwa D. Carnegie, które pomagają nawiązywać pozytywne relacje i być bardziej lubianym:

1. **Okazuj ludziom szczerze zainteresowanie.** Zadawaj pytania, słuchaj uważnie i wyrażaj zainteresowanie życiem i pasjami innych.
2. **Uśmiechaj się.** To prosta, ale potężna forma komunikacji, która nie kosztuje.

<sup>6</sup> A. Ledwoń-Błacha, Revas – Branżowe symulacje biznesowe, *Pokaż uczniom i studentom, jak budować markę osobistą w Internecie | Biznes i zarządzanie*, [https://www.youtube.com/watch?v=D65\\_Qsu7Mm8](https://www.youtube.com/watch?v=D65_Qsu7Mm8) [dostęp: 5.03.2024 r.].

<sup>7</sup> Premium Consulting, *Raport Personal Branding w Polsce 2019*, <https://premium-consulting.pl/wp-content/uploads/2019/01/Raport-Premium-Consulting-Personal-Branding-w-Polsce.pdf> [dostęp: 6.03.2024 r.].