

Warszawa, dnia 14 stycznia 2026 r.

Poz. 65

**OBWIESZCZENIE
MINISTRA KULTURY I DZIEDZICTWA NARODOWEGO¹⁾**

z dnia 31 grudnia 2025 r.

**w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej „Budowanie wizerunku osobistego”
do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji**

Na podstawie art. 25 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2024 r. poz. 1606) ogłasza się w załączniku do niniejszego obwieszczenia informacje o włączeniu kwalifikacji rynkowej „Budowanie wizerunku osobistego” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego: wz. *M. Wróbel*

¹⁾ Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego kieruje działem administracji rządowej – kultura i ochrona dziedzictwa narodowego, na podstawie § 1 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 25 lipca 2025 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego (Dz. U. poz. 996).

Załącznik do obwieszczenia Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 31 grudnia 2025 r. (M.P. z 2026 r. poz. 65)

**INFORMACJE O WŁĄCZENIU KWALIFIKACJI RYNKOWEJ „BUDOWANIE WIZERUNKU OSOBISTEGO”
DO ZINTEGROWANEGO SYSTEMU KWALIFIKACJI**

1. Nazwa kwalifikacji rynkowej

Budowanie wizerunku osobistego

2. Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji rynkowej

Certyfikat

3. Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji rynkowej

Bezterminowo

4. Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji przypisany do kwalifikacji rynkowej (ewentualnie odniesienie do poziomu Sektorowej Ramy Kwalifikacji)

5 poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji

5. Efekty uczenia się wymagane dla kwalifikacji rynkowej

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się

Osoba posiadająca kwalifikację „Budowanie wizerunku osobistego” jest przygotowana do zarządzania własnym wizerunkiem, zarówno w wymiarze osobistym, jak i biznesowym – podczas spotkań jednorazowych i w długookresowym procesie. W oparciu o posiadaną wiedzę buduje własny wizerunek obejmujący wygląd zewnętrzny, zachowanie, sterowanie informacją o życiu lub działalności zawodowej udostępnianą do publicznej wiadomości za pomocą mediów elektronicznych. Właściciel kwalifikacji posiada wiedzę na temat komunikacji społecznej i interpersonalnej, koncepcji relacji, autoprezentacji i etykiety biznesu. Dobra zachowania do kontekstu sytuacji, stosuje zasady savoir-vivre'u w sytuacjach biznesowych. Właściciel kwalifikacji kreuje wizerunek osobisty w mediach elektronicznych, określa dane o swoim życiu istotne z punktu widzenia budowy wizerunku, projektuje zakres i sposób udostępniania tych danych.

Zestaw 1. Posługiwanie się wiedzą z zakresu budowy wizerunku osobistego	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Charakteryzuje zasady komunikacji interpersonalnej w odniesieniu do budowy wizerunku osobistego	<ol style="list-style-type: none"> 1) definiuje pojęcia komunikacji niewerbalnej i werbalnej; 2) charakteryzuje komunikaty niewerbalne (np. mimika, pantomimika, proksemika, czynniki paralingwistyczne); 3) podaje przykłady elementów komunikacji werbalnej; 4) identyfikuje komunikaty werbalne i niewerbalne w przykładowych wypowiedziach i zachowaniach; 5) omawia znaczenie spójności przekazów niewerbalnych i werbalnych w budowie wizerunku; 6) opisuje zjawisko fałszowania przekazów niewerbalnych; 7) opisuje sposoby wykorzystania komunikacji niewerbalnej i werbalnej do budowania wizerunku osobistego.
Omawia zasady psychologii wpływu w odniesieniu do budowy wizerunku osobistego	<ol style="list-style-type: none"> 1) charakteryzuje reguły psychologii wpływu: regułę wzajemności, kontrastu, społecznego dowodu słuszności, lubienia i sympatii, niedostępności, wpływu i autorytetu, zaangażowania i konsekwencji; 2) rozróżnia i formułuje wypowiedzi sugestywne oraz perswazyjne; 3) identyfikuje techniki wywierania wpływu; 4) dobiera techniki wywierania wpływu do spodziewanego efektu wizerunkowego.
Posługuje się wiedzą z zakresu etykiety biznesu	<ol style="list-style-type: none"> 1) opisuje istotę pierwszego wrażenia i pierwszego kontaktu; 2) definiuje pojęcia: efekt aureoli (halo/anielski) i efekt diabelski (szatański); 3) definiuje pojęcie i zasady precedencji (np. zasada pierwszeństwa płci, wieku, zasada hierarchii zawodowej lub pozycji społecznej); 4) charakteryzuje zasady przedstawiania siebie i innych oraz witania się na spotkaniach służbowych i prywatnych, w tym tytułatury, stosowania zwrotów grzecznościowych; 5) omawia zasady <i>savoir-vivre</i> u przy stole (np. zachowanie się dostosowane do rodzaju przyjęcia – na stojąco, przyjęcie zasiadane, znajomość profesjonalnego nakrycia stołu); 6) opisuje wygląd profesjonalnej karty biznesowej oraz zasady posługiwania się nią; 7) prezentuje zasady prowadzenia korespondencji biznesowej; 8) omawia zasady prowadzenia biznesowych rozmów telefonicznych.
Rozpoznaje zasady autoprezentacji w odniesieniu do budowy wizerunku osobistego	<ol style="list-style-type: none"> 1) definiuje pojęcie autoprezentacji; 2) charakteryzuje autoprezentację pozytywną i negatywną; 3) opisuje poziomy wywoływania wrażenia (koncentracja na wywieraniu wrażenia, świadomość wywieranego wrażenia, podświadome sprawdzenie wywołanego wrażenia, nieświadomość wywieranego wrażenia); 4) ilustruje składniki kierowania wrażeniem, np. wiarygodność, wzbudzenie sympatii, atrakcyjność interpersonalna, dominacja; 5) charakteryzuje teorię postrzegania siebie Daryla Bema; 6) definiuje pojęcie okna Johari; 7) opisuje różnice pomiędzy postrzeganiem swojego wizerunku, a tym, jak widzą go inni.

Zestaw 2. Dostosowywanie wyglądu zewnętrznego do sytuacji i celu związanego z budową wizerunku	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Analizuje adekwatność wizażu do sytuacji i okoliczności	<ol style="list-style-type: none"> 1) ocenia adekwatność stanu włosów oraz rodzaju fryzury osoby do sytuacji i okoliczności; 2) ocenia adekwatność makijażu i stanu paznokci osoby do sytuacji i okoliczności.
Dobiera elementy ubioru do sytuacji	<ol style="list-style-type: none"> 1) dobiera ubiór do sytuacji zgodnie z zasadami dress code; 2) dobiera dodatki do stroju i okazji; 3) prezentuje sposoby wiązania krawatów, muszek, apaszek, szali oraz układania poszetek; 4) stosuje zasady teorii koloru w doborze garderoby.
Dokonyje analizy wyglądu zewnętrznego	<ol style="list-style-type: none"> 1) charakteryzuje kryteria oceny urody istotne z punktu widzenia wizerunku osobistego (typ cery, urody, sylwetki); 2) charakteryzuje style ubioru służbowego (w tym business formal, business, casual, smart casual); 3) omawia zasady dotyczące dopasowania ubioru do okazji (np. sprzedażowej, prezentacyjnej, bankietowej, nieformalnej itp.); 4) charakteryzuje znaczenie kolorystyki stroju w budowaniu wizerunku w określonych sytuacjach (np. prezentacja, sytuacja sprzedaży produktu klientowi, udział w targach, bankiet, udzielanie wywiadu itp.); 5) klasyfikuje dodatki do stroju i opisuje ich znaczenie w określonej sytuacji biznesowej (np. negocjacje, udzielanie wywiadu, wystąpienie na konferencji itp.); 6) charakteryzuje znaczenie wyglądu włosów, makijażu, paznokci, zapachu w budowaniu wizerunku; 7) określa typ kolorystyczny swojej urody (wiosna, lato, jesień, zima); 8) ocenia dopasowanie rodzaju ubioru do typu urody i okazji (np. sprzedażowej, prezentacyjnej, bankietowej, nieformalnej itp.); 9) ocenia dopasowanie kolorystyki stroju oraz dodatków do sytuacji; 10) ocenia wygląd włosów, makijażu, paznokci w kontekście wizerunku osobistego; 11) identyfikuje słabe i mocne strony wyglądu zewnętrznego.

Zestaw 3. Dobór zachowania do kontekstu sytuacji i celu związanego z budową wizerunku	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Analizuje zachowanie pod kątem oceny wizerunku osobistego	<ol style="list-style-type: none"> 1) na przykładzie zachowania identyfikuje wzrokowe formy komunikacji mimicznej, wokalne, proksemicznej, dotykowej, gesty i ruchy ciała; 2) ocenia wizerunek osoby na podstawie jej sposobu wypowiedzi; 3) ocenia zachowanie pod kątem zgodności z zasadami etykiety w biznesie i zasadami savoir-vivre'u w przykładowej sytuacji; 4) na przykładach identyfikuje sytuacje fałszowania przekazów niewerbalnych; 5) identyfikuje słabe i mocne strony zachowania werbalnego i niewerbalnego w odniesieniu do spójności komunikacyjnej osoby i jej wizerunku osobistego; 6) podaje przykłady zachowań negatywnie i pozytywnie wpływających na wizerunek.

<p>Dobiera sposoby zachowania do sytuacji</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) dobiera i prezentuje powitania i przedstawienia do sytuacji; 2) dobiera formy komunikacji niewerbalnej do sytuacji (gesty, postawa, mimika); 3) dobiera formy komunikacji werbalnej do sytuacji np. podtrzymywanie rozmowy, zadawanie pytań, udzielanie odpowiedzi, zabieranie głosu; 4) identyfikuje obszary rozmowy o charakterze bezpiecznym i ryzykownym (np. pogoda, hobby, religia, polityka, sprawy osobiste); 5) odpowiednio do sytuacji stosuje zasadę spójności komunikacyjnej; 6) dobiera sposoby zachowania się przy stole odpowiednio do rodzajów spotkań; 7) prezentuje elementy pożegnania odpowiednie do sytuacji.
---	---

Zestaw 4. Budowanie wizerunku osobistego w mediach elektronicznych	
<p>Poszczególne efekty uczenia się</p>	<p>Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) omawia rodzaje i charakter mediów elektronicznych, w tym mediów społecznościowych; 2) omawia czynniki mające wpływ na wizerunek osobisty w mediach elektronicznych; 3) charakteryzuje formy prezentacji wizerunku osobistego w mediach elektronicznych (np. materiał audio, video, tekstowy); 4) opisuje zasady ochrony dóbr osobistych w mediach elektronicznych. <p>Kreuje wizerunek osobisty w mediach elektronicznych</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) określa cel budowy własnego wizerunku na portalu społecznościowym (np. cel biznesowy – prezentacja określonych kompetencji zawodowych); 2) dobiera media elektroniczne do celu związanego z budową/zmianą wizerunku; 3) z danych biograficznych wybiera informacje kluczowe do budowy pożądanego wizerunku osobistego; 4) określa charakter zdjęć, materiałów audio i video do publikacji w celu budowy własnego wizerunku; 5) tworzy krótki biogram do publikacji w mediach elektronicznych; 6) opisuje sposób reakcji na przejawy hejtu w mediach elektronicznych; 7) formułuje odpowiedź na nieprzychylny komentarz w mediach elektronicznych.

6. Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację

Weryfikacja

Metody wykorzystywane podczas weryfikacji

W procesie walidacji stosuje się wyłącznie następujące metody:

- 1) test teoretyczny;
- 2) obserwacja w warunkach symulowanych (case study);
- 3) wywiad swobodny/ustrukturyzowany z komisją.

Weryfikacja składa się z dwóch części:

- 1) teoretycznej (test teoretyczny);
- 2) praktycznej.

W części teoretycznej wykorzystuje się metodę testu teoretycznego.

W części praktycznej wykorzystuje się wybrane metody spośród wskazanych: obserwacji w warunkach symulowanych (case study) oraz wywiad ustrukturyzowany (rozmowa z komisją).

Zasoby kadrowe

W procesie weryfikacji biorą udział:

- 1) w przypadku gdy test teoretyczny jest przeprowadzany w elektronicznym systemie, operator systemu egzaminacyjnego, który nadzoruje przebieg testu;
- 2) komisja walidacyjna składająca się z co najmniej 2 asesorów, która przeprowadza część praktyczną walidacji. Osoba będąca asesorem może być jednocześnie operatorem systemu egzaminacyjnego.

Operator systemu egzaminacyjnego musi posiadać:

- a) wykształcenie minimum średnie,
- b) znajomość obsługi komputera w zakresie uruchamiania oraz podstawowej obsługi systemu i zainstalowanych aplikacji,
- c) umiejętność rozwiązywania problemów w sytuacji trudności z nawiązaniem lub obsługą przeglądarki w zakresie kompatybilności z platformą egzaminacyjną.

Każdy asesor musi:

- a) posiadać kwalifikację pełną z poziomem co najmniej 6 PRK,
- b) posiadać staż pracy minimum 5 lat na stanowisku związanym z autoprezentacją i budową wizerunku osobistego.

Do zadań członków komisji należy m.in.:

- a) stosowanie kryteriów weryfikacji przypisanych do efektów uczenia się dla opisywanej kwalifikacji oraz kryteriów oceny formalnej i merytorycznej dowodów na posiadanie efektów uczenia się właściwych dla opisywanej kwalifikacji,
- b) stosowanie zasad prowadzenia weryfikacji, a także różnych metod weryfikacji efektów uczenia się – zgodnie z celami walidacji i zasadami Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Instytucja certyfikująca musi stosować rozwiązania zapewniające rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji. W szczególności jest istotne zapewnienie bezstronności osób przeprowadzających walidację, m.in. przez rozdział osobowy mający na celu zapobieganie konfliktowi interesów osób przeprowadzających walidację. Osoby te nie mogą weryfikować efektów uczenia się osób, które były przez nie przygotowywane do uzyskania kwalifikacji „Budowanie wizerunku osobistego”.

Sposób organizacji walidacji oraz warunki organizacyjne i materialne

Instytucja certyfikująca musi zapewnić:

- 1) w przypadku gdy test teoretyczny jest przeprowadzany w elektronicznym systemie – stanowisko komputerowe dla kandydata ubiegającego się o nadanie kwalifikacji (jedno stanowisko dla jednego kandydata) wyposażone w przeglądarkę internetową z dostępem do Internetu do realizacji części teoretycznej egzaminu;
- 2) kamerę, komputer do odtworzenia materiału nagranych z autoprezentacji;

3) materiały niezbędne do przeprowadzenia obserwacji w warunkach symulowanych:

- a) krawaty,
- b) poszetki,
- c) dodatki,
- d) próbki kolorystyczne tkanin.

Instytucja certyfikująca musi zapewnić bezstronną i niezależną procedurę odwoławczą, w ramach której osoby uczestniczące w procesie walidacji i certyfikacji mają możliwość odwołania się od decyzji dotyczących spełnienia wymogów formalnych, samych egzaminów, a także decyzji kończącej walidację.

W przypadku negatywnego wyniku walidacji instytucja certyfikująca jest zobowiązana przedstawić uzasadnienie decyzji.

Identyfikowanie i dokumentowanie

Nie określa się wymagań dotyczących tych etapów.

7. Warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji

Kwalifikacja pełna z poziomem 3 PRK

8. Termin dokonywania przeglądu kwalifikacji

Nie rzadziej niż raz na 10 lat