



Uniwersytet WSB

Merito we

Wrocławiu

★★★★★ 4,6 / 5

1 026 ocen

Digital Marketing Masterclass- studia podyplomowe

Numer usługi 2025/12/08/7038/3198729

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📅 Studia podyplomowe

🕒 128 h

📅 14.03.2026 do 28.02.2027

7 000,00 PLN brutto

7 000,00 PLN netto

54,69 PLN brutto/h

54,69 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Dla osób, które zawodowo zajmują się e-marketingiem lub marketingiem i pragną pogłębić swoją wiedzę i umiejętności oraz kompetencje z zakresu digital marketingu. Szczególnie dla:

- managerów, którzy chcą zrozumieć i uporządkować wiedzę z zakresu digital marketingu
- menagerów, którzy chcą poznać mechanizmy działania form i narzędzi stosowanych w digital marketingu
- digital marketerów, pracowników agencji, domów mediowych i mediów oraz freelancerów, którzy bezpośrednio zajmują się operacyjnymi działaniami z obszaru e-marketingu/e-commerce/marketingu;
- doświadczonych marketerów, którzy chcą także samodzielnie prowadzić działania online;
- praktyków, którzy zajmują się planowaniem operacyjnym kampanii/zakupem mediów oraz na co dzień obsługują narzędzia e-marketingowe;
- ekspertów firm doradczych i konsultingowych, którzy wspierają swoich klientów najwyższą jakością praktycznej wiedzy
- Usługa adresowana również do uczestników projektu „Kierunek – Rozwój” oraz Małopolski pociąg do kariery – sezon 1

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

11-03-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi	128
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t. j. Dz. U. z 2024 r. poz. 1571, z późn. zm.)
Zakres uprawnień	studia podyplomowe

Cel

Cel edukacyjny

Przygotowanie uczestników do samodzielnego planowania, realizacji i optymalizacji działań marketingowych w środowisku cyfrowym poprzez zdobycie wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie strategii digital marketingu, analizy danych, wykorzystania narzędzi online oraz nowoczesnych formatów reklamy, z uwzględnieniem trendów rynkowych i certyfikacji branżowej (DIMAQ)

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje ekosystem marketingu cyfrowego oraz złożone zależności jego elementów zwłaszcza w kontekście współczesnych trendów rynkowych i innowacji technologicznych Rozwiązuje złożone i nietypowe problemy marketingowe oraz sprzedażowe, poprzez dobór i krytyczną analizę różnych źródeł informacji, wykorzystując metody badawcze oraz techniki analityczne Rozwija inspirację i organizację na rzecz środowiska społecznego w ekosystemie cyfrowym	Definiuje uwarunkowania prawne, społeczne i etyczne podejmowanych działań z zakresu marketingu cyfrowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Buduje charakterystyki kompleksowych działań marketingowych łącząc wiedzę z metodami z zakresu efektywnej komunikacji z rynkiem, klientem, zgodnego ze strategią kreowania treści: tekstu, obrazu i filmu Wybiera odpowiednie źródła informacji, oceny ich wiarygodności oraz przeprowadzania analizy i interpretacji danych, tworząc na tej podstawie syntetyczne opracowania niosące wartość w działaniach marketingowych i sprzedażowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Prezentacja
	Stosuje właściwe metod i narzędzi kreacji treści	Prezentacja
	Kwalifikuje poziom posiadanej wiedzy w rozwiązywaniu praktycznych problemów	Prezentacja

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Program studiów podyplomowych na kierunku Digital Marketing Masterclass na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu.

Potwierdza przygotowanie do samodzielnego planowania, realizacji i optymalizacji działań marketingowych w środowisku cyfrowym.

- Digital marketing - podstawy i trendy (8 godz.)
- Strategia i planowanie (8 godz.)
- Display advertising i programmatic (12 godz.)
- Video advertising (8 godz.)
- Search engine marketing (8 godz.)
- Content marketing i webwriting (8 godz.)
- Trendy w digitalu (8 godz.)
- Prawo w internecie (8 godz.)
- Social media (12 godz.)
- E-commerce (12 godz.)
- Mobile marketing (8 godz.)
- Analityka internetowa i UX (12 godz.)
- E-mail marketing (8 godz.)
- Przygotowanie do egzaminu (8 godz.)

W programie studiów uwzględniliśmy, przygotowanie do egzaminu do oficjalnej certyfikacji IAB Polska - Digital Marketing Qualification (DIMAQ).

Liczba godzin: 128 (minimum 30 punktów ECTS)

Liczba semestrów: 2

- Walidacja: Projekt – opracowanie eseju, integracja wiedzy z modułów programu oraz egzamin końcowy

Dni zajęć: sobota, niedziela w godz. 08:30-15:00, przerwa 11.30-12.00.

Zajęcia prowadzone są w formie wykładów, które uzupełniane są ćwiczeniami, warsztatami oraz rozwiązywaniem przykładów praktycznych.

Absolwenci otrzymują świadectwo ukończenia studiów podyplomowych zgodnie z przepisami, jakie zostały określone przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Harmonogram zostanie udostępniony na co najmniej 7 dni przed rozpoczęciem usługi.

Potwierdzenie uczestnictwa w zajęciach poprzez rapaporty logowań. Kody dostępowe/ linki zostaną udostępnione na 2 dni przed rozpoczęciem usługi.

Harmonogram zostanie udostępniony na co najmniej 7 dni przed rozpoczęciem usługi.

Potwierdzenie uczestnictwa w 100% zajęć poprzez rapaporty logowań. Kody dostępowe/ linki zostaną udostępnione na 2 dni przed rozpoczęciem usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 18

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 18 DIGITAL MARKETING - PODSTAWY I TRENDY	Karolina Kępska	21-03-2026	08:30	15:00	06:30
2 z 18 STRATEGIA I PLANOWANIE	Sławomir Gawroński	22-03-2026	08:30	15:00	06:30
3 z 18 DISPLAY ADVERTISING I PROGRAMMATIC	Konrad Kowalik	25-04-2026	08:30	15:00	06:30
4 z 18 DISPLAY ADVERTISING I PROGRAMMATIC	Konrad Kowalik	26-04-2026	08:30	11:30	03:00
5 z 18 SOCIAL MEDIA	Agnieszka Gutowska	26-04-2026	12:00	15:00	03:00
6 z 18 SOCIAL MEDIA	Agnieszka Gutowska	23-05-2026	08:30	15:00	06:30
7 z 18 SEARCH ENGINE MARKETING	Bartosz Paczyński	24-05-2026	08:30	15:00	06:30
8 z 18 E-MAIL MARKETING	Leszek Nowak	20-06-2026	08:30	15:00	06:30
9 z 18 PRAWO W INTERNECIE	r. pr. dr Michał Krzewicki	21-06-2026	08:30	15:00	06:30
10 z 18 TRENDY W DIGITALU	Justyna Bakalarska	24-10-2026	08:30	15:00	06:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 18 CONTENT MARKETING I WEBWRITING	Anna Zaborowska	25-10-2026	08:30	15:00	06:30
12 z 18 VIDEO ADVERTISING	Barbara Przybycień	28-11-2026	08:30	15:00	06:30
13 z 18 E-COMMERCE	Leszek Nowak	29-11-2026	08:30	11:30	03:00
14 z 18 ANALITYKA INTERNETOWA I UX	Julia Waincetel	29-11-2026	12:00	15:00	03:00
15 z 18 ANALITYKA INTERNETOWA I UX	Julia Waincetel	12-12-2026	08:30	15:00	06:30
16 z 18 E-COMMERCE	Leszek Nowak	13-12-2026	08:30	15:00	06:30
17 z 18 MOBILE MARKETING	Aleksandra Matysiak	16-01-2027	08:30	15:00	06:30
18 z 18 PRZYGOTOWANIE DO EGZAMINU	Bartosz Paczyński	17-01-2027	08:30	15:00	06:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	54,69 PLN
Koszt osobogodziny netto	54,69 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 15



1 z 15

Anna Zaborowska

Specjalistka SEO content marketingu. Z tworzeniem treści związana od ponad 10 lat: od korekty tekstu poprzez pisanie aż po prowadzenie projektów contentowych dla klientów korporacyjnych. Absolwentka filologii polskiej KUL ze specjalizacjami: tekstologiczno-redakcyjną oraz glottodydaktyczną. Trenerka webwritingu. Od 4 lat związana zawodowo z agencją Performance Media, gdzie odpowiada za koordynację procesów tworzenia tekstów pisanych zarówno przez człowieka, jak i AI.



2 z 15

Bartosz Paczyński

od 2008 roku nieprzerwanie działam w branży marketingu i sprzedaży. Na co dzień łączę rolę stratega, doradcy oraz trenera.

Jestem właścicielem agencji marketingowej, a także pełnię funkcję Interim Marketing Director w projektach wymagających szybkiej i skutecznej transformacji marketingowej.

Jako certyfikowany Trener DIMAQ z ramienia IAB Polska oraz posiadacz certyfikatu DIMAQ Professional, prowadzę szkolenia z obszaru digital marketingu, e-commerce i strategii. W mojej karierze przeszkoliłem już przeszło ponad 20 000 uczestników – od małych firm po duże korporacje i instytucje publiczne.

Mam na swoim koncie ponad 150 projektów doradczych, obejmujących m.in. strategie digitalowe, rozwój działów marketingu, budowę lejków sprzedażowych i optymalizację kampanii online. Regularnie współpracuję z firmami jako doradca ds. marketingu i sprzedaży, wspierając ich rozwój i skalowanie.



3 z 15

Justyna Bakalarska-Stankiewicz

konsultantka i trenerka biznesowa w dziedzinie marketingu internetowego. Szkoli w zakresie komunikacji inkluzywnej, content marketingu i copywritingu. Wykładowczyni akademicka. Dziennikarka i autorka bestsellerowych książek Różnorodne. O prawdziwym wizerunku kobiet nie tylko w marketingu, Marketing wartości, Content marketing. Od strategii do efektów oraz Copywriting sprzedażowy. Język korzyści w praktyce. Prelegentka branżowych konferencji, m.in. Forum IAB czy I love Marketing&Technology.



4 z 15

Barbara Przybycień

Z wykształcenia kulturoznawczyni, z doświadczenia marketerka i twórczyni treści, specjalizująca się w digital marketingu i zarządzaniu komunikacją online. Posiada doświadczenie w tworzeniu angażujących treści, budowaniu spójnych wizerunków marek oraz realizacji skutecznych strategii marketingu cyfrowego. Z pasją wykorzystuje potencjał platform społecznościowych do zwiększania rozpoznawalności marek, angażowania społeczności oraz wspierania realnego rozwoju biznesu. Dzięki połączeniu strategicznego myślenia, kreatywności i znajomości trendów oraz nowoczesnych narzędzi digital marketingu, skutecznie wspiera rozwój marek w dynamicznym środowisku online.



5 z 15

Magdalena Mulenga

Z branżą marketingową związana od 19 lat. Od 10 lat w grupie dentsu gdzie aktualnie odpowiada za zarządzanie kampaniami klientów w obszarze digital marketing. Wcześniej pracowała w domu mediowym, agencji performance marketing oraz agencji e-commerce. Posiada bogate multidyscyplinarne doświadczenie w pracy na styku mediów, performance oraz e-commerce zbudowane dzięki prowadzeniu wielu projektów realizowanych we współpracy z szerokim portfolio klientów.

Niezależnie od pracy w branży marketingowej Magdalena prowadzi również autorskie projekty w zakresie edukacji dzieci i młodzieży.

Absolwentka socjologii na Uniwersytecie Warszawskim.



6 z 15

Leszek Nowak

Certyfikowany trener DIMAQ (IAB), ekspert i doradca w obszarze marketingu cyfrowego (digital). Posiada dwudziestoletnią praktykę w budowie strategii marketingowych, projektowaniu procesów sprzedaży, realizacji działań komunikacyjnych, zarówno dla dużych, międzynarodowych korporacji, jak i w mniejszych firmach z polskim kapitałem. W swoim życiu zawodowym prowadził własną agencję interaktywną NetMarkets, a także zarządzał agencją OS3. Pracował jako doradca zarządu ds. E-Commerce w Danhoss. Kierował marketingiem usług dodanych w T-Mobile. Wcześniej był konsultantem w zakresie doradztwa marketingowego w Ernst&Young (obecnie EY). Doświadczony szkoleniowiec w obszarze marketingu internetowego. Zaczynał w latach 1996-1997, prowadząc cykl szkoleniowy o roli i możliwościach wykorzystania internetu w biznesie dla oddziałów terenowych Polskiej Agencji Rozwoju Regionalnego na terenie całej Polski. Od marca 2019 roku jest certyfikowanym trenerem w standardzie DIMAQ - międzynarodowym, prestiżowym programie certyfikacji kwalifikacji digital marketingowych, stworzonym przez Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska.



7 z 15

r. pr. dr Michał Krzewicki

Radca prawny, absolwent prawa i ekonomii, doktor nauk prawnych – specjalność: prawo cywilne. Autor publikacji z zakresu prawa cywilnego, ubezpieczeniowego i ochrony danych osobowych. Posiada wieloletnie doświadczenie w obsłudze prawnej przedsiębiorców z branży finansowej, IT, e-commerce i e-marketingu. W ramach swojej kancelarii prawnej kompleksowo wspiera przedsiębiorców działających w Internecie m.in. w zakresie wdrożenia przepisów RODO. Od 2018 r. pełni funkcję Inspektora Ochrony Danych.

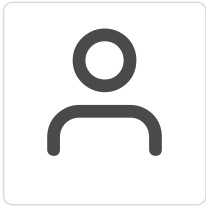


8 z 15

Karolina Kępska

Marketing Managerka w National Geographic Learning Polska, wydawnictwie Nowa Era, należącej do grupy Sanoma Learning, jest specjalistką w dziedzinie marketingu cyfrowego. Jej posiadanie akredytacji DIMAQ Professional nadanej przez IAB potwierdza zaawansowaną wiedzę i kompetencje w obszarze DIGITAL MARKETINGU. Jako entuzjastka Customer Experience, Design Thinking i Futures Thinking, Karolina nieustannie poszukuje sposobów na ulepszanie strategii interakcji z klientami, korzystając z innowacyjnych metod projektowania usług (Service Design). Z zaangażowaniem śledzi najnowsze trendy w marketingu cyfrowym i wykorzystuje je w planowanych strategiach, które dzięki temu odpowiadają na potrzeby rynku oraz antycypują kierunki rozwoju branży. Analiza danych jest fundamentem rozwijanego przez nią podejścia opartego na danych (data driven mindset). Karolina jest również dumna ze swojego wystąpienia na konferencji TEDx Katowice, podczas której miała okazję inspirować audytorium do refleksji nad relacjami międzyludzkimi. Zaangażowana w ciągły rozwój umiejętności zarządzania projektami i

strategicznego myślenia, Karolina konsekwentnie podnosi poprzeczkę w dziedzinie marketingu edukacyjnego.



9 z 15

Iga Montwiłł

Specjalizuje się w marketingu strategicznym oraz kreowaniu marek. Od ponad 13 lat związana z portalami horyzontalnymi, zdobywając doświadczenie w tworzeniu i realizacji kompleksowych strategii marketingowych w środowisku digitalowym. Absolwentka studiów na kierunku Sztuka Nowych Mediów oraz Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna. Ukończyła również studia podyplomowe Biznes.ai: Zarządzanie Projektami Sztucznej Inteligencji w Akademii Leona Koźmińskiego. Posiada międzynarodowy certyfikat DIMAQ Professional, potwierdzający zaawansowaną wiedzę i kompetencje w zakresie digital marketingu.



10 z 15

Agnieszka Gutowska

Head of Social Media w agencji Personal PR. Związana z branżą nowych mediów od ponad 10 lat. Tworzy treści, projektuje strategie komunikacji, administruje profilami firmowymi na Facebooku, Instagramie, LinkedInie, TikToku i X (dawny Twitter). Planuje kampanie informacyjne, wizerunkowe i sprzedażowe. Prelegentka na konferencjach branżowych, trenerka w Skills Academy i wykładowczyni m.in. na Uniwersytecie Gdańskim, Politechnice Gdańskiej, Collegium Civitas i Uniwersytecie WSB Merito. Nieustająco śledzi wszelkie zmiany w środowisku social mediów i bada ich oddziaływanie na profile w praktyce.



11 z 15

Aleksandra Matysiak

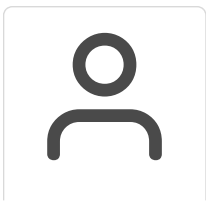
Z wykształcenia jestem ekonomistką oraz marketerką, studia magisterskie na tych kierunkach ukończyłam w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Mam ponad 8-letnie doświadczenie pracy w marketingu. Karierę zawodową rozpoczęłam w branży FMCG – realizowałam projekty dla marki Gerber, a następnie zarządzałam markami Lion oraz KitKat. Aktualnie, już od ponad 5 lat pracuję w sektorze telekomunikacyjnym w firmie Orange Polska. Jako Digital Manager zajmuję się aplikacją mobilną Orange Flex, odpowiadając całościowo za strategię jej komunikacji w kanałach online. Swoją wiedzę oraz doświadczeniem dzieliłam się podczas wielu konferencji, m.in. Mobile Trends Conference, Kampania 17 Celów, TikTok Discover.



12 z 15

Julia Waincetel

Specjalistka od skutecznych kampanii i przemysłanej automatyzacji - działa tam, gdzie algorytmy spotykają się z doświadczeniem, a sztuczna inteligencja wspiera decyzje oparte na danych. Prowadzi szkolenia z performance marketingu i „AI w biznesie” we współpracy z Concordia Design. Dzieli się wiedzą jako wykładowczyni akademicka oraz występując podczas konferencji takich jak TEDx, IAB Forum czy Mobile Trends AI. Współtwórczyni certyfikatu DIMAQ AI i współautorka „Przewodnika po sztucznej inteligencji dla marketerów”, pobranego ponad 2500 razy. Jej kampanie Google Ads, Meta Ads i Microsoft Ads zdobyły nagrody w konkursach Effie Poland, Golden Arrow i Global Search Awards. Certyfikowana specjalistka Google, DIMAQ Pro i Change Management APMG.



13 z 15

Konrad Kowalik

Początek przygody w marketingu w G-partner (kampanie Google Ads), następnie 4 lata w PKO BP - jeden z członków in-housowego zespołu performancowego, aktualnie od 2 lat w Orange Polska na

stanowisku Experta od Performance Marketingu. Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie oraz warszawskiego SWPS. Członek SEMowej grupy roboczej IAB Polska. Prywatnie fan marketingu, skuteczności kampanii performancowych a także rozwoju osobistego.



14 z 15

Sławomir Gawroński

Jest profesorem na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu, gdzie prowadzi zajęcia dydaktyczne oraz działalność naukową w obszarze komunikacji społecznej, komunikacji marketingowej, marketingu cyfrowego i public relations. Pełni funkcję redaktora naczelnego czasopisma naukowego Social Communication. Online Journal, w ramach której zajmuje się rozwijaniem badań oraz publikacji dotyczących komunikacji społecznej i funkcjonowania mediów. Jest także doradcą zarządu w Podkarpackim Centrum Innowacji, gdzie wspiera realizację inicjatyw strategicznych związanych z zarządzaniem oraz komunikacją w organizacjach. Współpracuje z instytucjami takimi jak Narodowa Agencja Wymiany Akademickiej (NAWA), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) oraz Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (NCBiR), uczestnicząc jako ekspert w projektach wspierających rozwój nauki i innowacji. Specjalizuje się w opracowywaniu strategii komunikacyjnych oraz nowoczesnych rozwiązań dla organizacji. Zajmuje się również doradztwem i przygotowywaniem analiz eksperckich w zakresie marketingu, komunikacji, zarządzania reputacją oraz strategii ESG (Environmental, Social and Governance).



15 z 15

Justyna Bakalarska

Jest ekspertką w obszarze marketingu i komunikacji, CEO firmy KONCEPT TEAM, trenerką biznesową, autorką książek oraz wykładowczynią akademicką. Od wielu lat zajmuje się tworzeniem i wdrażaniem strategii komunikacyjnych dla firm, wspierając organizacje w budowaniu spójnej, skutecznej i odpowiedzialnej komunikacji z odbiorcami. Specjalizuje się w takich obszarach jak marketing, komunikacja marketingowa, content marketing, public relations, copywriting, a także marketing inkluzyjny i zagadnienia związane z DEI (diversity, equity, inclusion). Jako CEO KONCEPT TEAM wraz z zespołem pomaga firmom projektować strategię komunikacji oraz skutecznie wdrażać je w praktyce biznesowej. Jest również dziennikarką publikującą m.in. w takich mediach jak OKO.press, Media Marketing Polska, Polska The Times, Brief czy Marketer+. Prowadzi szkolenia oraz warsztaty z zakresu komunikacji marketingowej, content marketingu, copywritingu oraz etycznego i inkluzyjnego marketingu. Jest także wykładowczynią akademicką w Collegium Civitas oraz prowadzi zajęcia na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu na kierunku Digital Marketing Masterclass.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Opracowania autorskie, akty prawne, konspekty, prezentacje, zadania. Przygotowywane do każdego modułu przez prowadzących, zamieszczane w formie elektronicznej na portalu UWSB Merito.

Warunki uczestnictwa

Aby zostać uczestnikiem studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito, należy:

- mieć ukończone studia licencjackie, inżynierskie lub magisterskie,
- złożyć komplet dokumentów i spełnić wymogi rekrutacyjne

UWAGA: W przypadku, gdy nie zbierze się odpowiednia ilość osób, Wykonawca zastrzega sobie prawo do odwołania studiów.

Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu "Kierunek – Rozwój".

Zawarto umowę z WUP Kraków w ramach projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" oraz "Nowy start w Małopolsce z EURESem".

Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.

Z usługi mogą również korzystać uczestnicy innych projektów.

Zwolnienie z VAT na podst.art.43 ust. 1 pkt 26 lit.b. ustawy o podatkach od towarów i usług.

Osoby prowadzące usługę rozwojową posiadają doświadczenie zawodowe lub kwalifikacje (w tym również wykształcenie) odpowiednie do rodzaju i zakresu świadczonych usług, zdobytych lub nabytych nie wcześniej niż 5 lat przed datą opublikowania usługi rozwojowej.

Warunki techniczne

Zajęcia zdalne prowadzone są za pośrednictwem aplikacji Microsoft Teams w formie pracy zespołowej wykorzystując czaty, spotkania i rozmowy w wielu oknach, przypięte kanały oraz integrację zadań z aplikacjami. Uczestnicy korzystają z aplikacji Teams w ramach Microsoft Office 365 bezpłatnie.

W celu prawidłowego i pełnego korzystania ze szkolenia należy posiadać urządzenie (komputer, laptop lub smartfon) z dostępem do Internetu, wbudowaną kamerą (opcjonalnie) i mikrofonem, głośnikami (wejście słuchawkowe/ słuchawki)

komputer z aktualnym systemem operacyjnym Microsoft Windows lub macOS

aktualna wersja przeglądarki internetowej

stałe łącze internetowe

Kontakt



MAGDALENA KRZYWIŃSKA

E-mail magdalena.krzywinska@wroclaw.merito.pl

Telefon (+48) 713 561 649