



Akademia
Gastronomii EDYTA
OKROJ-
WIERZBICKA

★★★★★ 4,9 / 5

12 ocen

STRATEGICZNY EVENT MANAGER I MARKETING 2.0 (Pakiet: Event Manager + Marketing 2.0)

Numer usługi 2026/08/13/170161/3745404

📍 Sopot
🏠 Usługa szkoleniowa
📄 stacjonarna
👥 Zajęcia grupowe
🕒 32:00 h
📅 29.10.2026 do 04.12.2026

5 115,00 PLN brutto
4 158,54 PLN netto
159,84 PLN brutto/h
129,95 PLN netto/h
214,81 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Inne / Gastronomia

Grupa docelowa usługi

Szkolenie dedykowane jest właścicielom lokali gastronomicznych, managerom eventów oraz pracownikom działów marketingu i sprzedaży w branży HoReCa. Program przygotowany jest dla osób, które:

- **Chcą profesjonalnie planować i rozliczać eventy**, budować rentowne kosztorysy (F&B cost) oraz zarządzać logistyką wydarzeń prywatnych i korporacyjnych.
- **Dążą do opanowania nowoczesnych narzędzi promocji**, takich jak lejki sprzedażowe, kampanie Meta Ads, Google Ads (YouTube Shorts) oraz TikTok.
- **Chcą wykorzystać sztuczną inteligencję (AI)** oraz aplikacje mobilne (Canva, CapCut) do tworzenia profesjonalnych grafik i rolek sprzedażowych.
- **Zajmują się kreowaniem wizerunku marki**, chcą wdrożyć Influencer Marketing, Neuromarketing oraz zadbać o cyberbezpieczeństwo firmowych mediów społecznościowych.

Minimalna liczba uczestników

8

Maksymalna liczba uczestników

23

Data zakończenia rekrutacji

22-10-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestnika do kompleksowej organizacji rentownych eventów oraz prowadzenia zaawansowanych działań marketingowych. Uczestnik nauczy się budżetowania (F&B cost), tworzenia ofert handlowych i zarządzania logistyką wydarzeń. Program rozwija umiejętności projektowania lejków sprzedażowych, obsługi AI i CapCut w tworzeniu treści wideo oraz prowadzenia płatnych kampanii reklamowych, co pozwoli na skuteczne pozyskiwanie klientów i wzrost zysków z eventów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik projektuje budżet i rentowność wydarzenia (eventu).	kalkuluje koszty gastronomii (F&B cost) i open barów	Test teoretyczny
	wyznacza cele sprzedażowe na podstawie danych rynkowych	Test teoretyczny
	rozdziela recepturę finansową od rzeczywistego kosztu realizacji	Test teoretyczny
Organizuje proces sprzedaży i logistyki eventowej.	tworzy ofertę handlową wykorzystując storytelling i personalizację	Test teoretyczny
	planuje harmonogramy i agendy pracy dla zespołu realizacyjnego	Test teoretyczny
	wskazuje kluczowe zapisy w umowach chroniące interesy lokalu	Test teoretyczny
Zarządza sytuacjami kryzysowymi podczas wydarzeń.	identyfikuje ryzyka organizacyjne przy eventach korporacyjnych	Test teoretyczny
	projektuje scenariusze reakcji na nieprzewidziane zdarzenia	Test teoretyczny
	stosuje mapę komunikacji między działami firmy w trakcie eventu	Test teoretyczny
Buduje zaawansowane lejki sprzedażowe online.	definiuje etapy ścieżki klienta od zainteresowania do zakupu	Test teoretyczny
	analizuje skuteczność lejków na podstawie danych statystycznych	Test teoretyczny
	integruje strategię online z tradycyjnymi metodami reklamy offline	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy płatne kampanie reklamowe w mediach społecznościowych.	planuje kampanie reklamowe na Facebooku, Instagramie i YouTube	Test teoretyczny
	dobiera parametry targetowania do specyfiki grup docelowych	Test teoretyczny
	monitoruje efektywność działań promocyjnych w czasie rzeczywistym	Test teoretyczny
Obsługuje nowoczesne narzędzia kreatywne (Canva, CapCut, AI).	tworzy materiały graficzne i sprzedażowe rolki wideo	Test teoretyczny
	wykorzystuje sztuczną inteligencję (AI) do generowania treści i zdjęć	Test teoretyczny
	planuje harmonogram publikacji treści z wykorzystaniem aplikacji mobilnych	Test teoretyczny
Wdraża techniki psychologii sprzedaży i neuromarketingu.	stosuje techniki wpływu na decyzje zakupowe klientów	Test teoretyczny
	omawia zasady współpracy z influencerami oraz wzory umów	Test teoretyczny
	projektuje programy lojalnościowe budujące powracalność gości	Test teoretyczny
Zabezpiecza firmowe zasoby w środowisku cyfrowym.	identyfikuje zagrożenia związane z utratą kont w mediach społecznościowych	Test teoretyczny
	stosuje dobre praktyki cyberbezpieczeństwa w marketingu	Test teoretyczny
	opisuje proces rebrandingu na podstawie analizy Case Study	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

STRATEGICZNY EVENT MANAGER I MARKETING 2.0

WARUNKI ORGANIZACYJNE: szkolenie realizowane jest w formie stacjonarnej, w sali szkoleniowej wyposażonej w miejsca siedzące (krzesło i stolik) dla każdego uczestnika. Każdy uczestnik otrzymuje komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej.

Maksymalna liczba uczestników: 23 osoby. Zajęcia odbywają się w jednej grupie, bez podziału na podgrupy.

TRYB REALIZACJI I CZAS TRWANIA: szkolenia prowadzone jest w trybie godzin zegarowych (60 minut). Łączny czas trwania: **32 godziny** (4 dni po 8 godzin). Podział godzin: **32 godziny teoretyczne** (szkolenie ma formę wykładów z elementami dyskusji, analizy przypadków i ćwiczeń koncepcyjnych). Przerwy wliczają się w czas trwania usługi.

BLOK 1 - 29-30 PAŹDZIERNIKA 2026 - SZKOLENIE EVENT MANAGER

DZIEŃ 1 / 29.10.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Identyfikacja grup docelowych – analiza potrzeb klientów korporacyjnych i prywatnych
- Dywersyfikacja przychodów – opracowanie różnych źródeł dochodów z eventów
- Planowanie roczne – wyznaczanie celów sprzedażowych i strategii na cały rok
- Planowanie budżetu kwartalnego – krótkoterminowe cele i kontrola kosztów
- Ustalanie celów sprzedażowych na podstawie danych – praca na realnych liczbach, nie intuicji
- Kalkulacja kosztów eventów – jak obliczać wszystkie elementy i planować zysk
- Analiza wyników sprzedaży – jak wyciągać wnioski i dostosowywać ofertę
- Food & beverage cost – jak kontrolować koszty gastronomii i unikać strat
- Projektowanie zysku z eventu – planowanie rentowności już na etapie oferty
- Receptura finansowa vs rzeczywisty koszt – porównanie założeń z wykonaniem, analiza odchyleń i przyczyn strat
- Rozliczenie open barów – jak kontrolować koszty napojów i efektywnie zarządzać rozliczeniem konsumpcji

DZIEŃ 2 / 30.10.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Tworzenie oferty handlowej – gotowe pakiety dla różnych grup klientów
- Personalizacja usług – jak spełniać indywidualne oczekiwania gości
- story telling – kreowanie wyobrażenia o wymarzonym evencie
- Kluczowe zapisy w umowach – co musi się znaleźć, by uniknąć problemów prawnych
- Rozwój sprzedaży – praktyczne techniki cross-sellingu i upsellingu
- Ścieżka kontaktu – czyli jak zwiększyć sprzedaż przez budowanie relacji
- Negocjacje z dostawcami – jak uzyskać lepsze warunki i oszczędzać
- Ankiety oczekiwań i brief dla zespołu – jak zebrać informacje od klienta i przekazać je do realizacji
- Ustalanie zadań i harmonogramów – czytelna agenda dla całego zespołu
- Mapa komunikacji – jak usprawnić przepływ informacji między działami
- Praktyczne narzędzia organizacyjne – szablony, checklisty, scenariusze wydarzeń
- Zarządzanie kryzysowe – jak reagować na nieprzewidziane sytuacje podczas eventu
- Test wiedzy wewnętrzny

PRZERWA WDROŻENIOWA

BLOK 2 - 03-04 GRUDNIA 2026 - SZKOLENIE MARKETING 2.0

Dzień III / 03.12.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Marketingowe drzewo, na ilu gałęziach siedzisz?
- Strategie sprzedaży – jak tworzyć skuteczne plany sprzedażowe i marketingowe
- Cele marketingowe krótko i długoterminowe cele
- Segmentacja rynku – sztuka tworzenia grup docelowych w oparciu o cele
- Lejki sprzedażowe – jak projektować i rozumieć lejki, które przekształcają zainteresowanie w zakup
- Analiza lejków – ulepszanie lejków na podstawie danych
- Lejki w kampaniach reklamowych – połączenie lejków z kampaniami
- Kampanie na Facebooku i Instagramie – tworzenie reklam na żywo
- Targetowanie reklam – efektywne dotarcie do właściwej grupy
- Kampania na You Tube – shortsy jako nowy format do promocji w Google Ads
- Monitoring mediów
- Warsztaty z tworzenia kampanii reklamowej od A do Z – kompleksowe podejście do kreowania kampanii: od zdjęć, przez obróbkę, treść, grafikę w Canvie, aż po publikację
- i harmonogramowanie
- Integracja strategii online i offline – jak efektywnie łączyć działania marketingowe
- w Internecie z tradycyjnymi metodami reklamy, aby zwiększyć zasięgi

Dzień IV / 04.12.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Rebranding – Case Study lokalu z Gdańska – analiza przypadku zmiany wizerunku marki
- TikTok – algorytmy i tworzenie treści – warsztaty z wykorzystaniem Cap Cut do kreacji video
- Influencer Marketing – jak zacząć?
- Współpraca z Influencerem oraz przykładowa umowa
- Neuromarketing – wykorzystanie psychologii w sprzedaży
- Techniki wpływu – jak wpływać na decyzje klientów
- Programy lojalnościowe – programy dla stałych klientów
- Narzędzia zarządzania organizacją pracy w marketingu – aplikacje wspierające projekty
- Grafika w Canvie – tworzenie
- Warsztat gastronomicznych rolek w CapCut – magiczne znikanie
- Wykorzystanie AI w marketingu – stosowanie sztucznej inteligencji do tworzenia treści
- i zdjęć
- Cyberbezpieczeństwo mediów społecznościowych – jak nie stracić konta.
- Trendy w marketingu i jego przyszłość

WALIDACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:

- • Metoda walidacji: test teoretyczny przeprowadzony po ukończeniu szkolenia.
- Forma: test pisemny zawierający pytania zamknięte i otwarte, obejmujące wszystkie efekty uczenia się określone w karcie usługi.
- Organizacja: test odbywa się w sali szkoleniowej, w której przeprowadzone było szkolenie; czas trwania 30 minut; praca samodzielna, bez pomocy materiałów.

Z przyczyn niezależnych od Wykonawcy (np. losowych) harmonogram szkolenia może zostać nieznacznie zmieniony. Wszystkie informacje dostępne w jednostce szkolącej zostaną przekazane Operatorowi.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 34

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 34 Analiza rynku i planowanie sprzedaży eventowej (Identyfikacja grup docelowych, analiza potrzeb klientów, dywersyfikacja przychodów, planowanie roczne i kwartalne)	Zajęcia	Martyna Baran	29-10-2026	09:00	10:45	01:45
2 z 34 -	Przerwa	-	29-10-2026	10:45	11:00	00:15
3 z 34 Budżetowanie i cele sprzedażowe w eventach (Ustalanie celów sprzedażowych na podstawie danych, planowanie budżetu, kontrola kosztów, analiza wyników sprzedaży)	Zajęcia	Martyna Baran	29-10-2026	11:00	13:30	02:30
4 z 34 -	Przerwa	-	29-10-2026	13:30	14:00	00:30
5 z 34 Kalkulacja kosztów i rentowność eventów (Kalkulacja kosztów eventów, food & beverage cost, projektowanie zysku, receptura finansowa vs rzeczywisty koszt)	Zajęcia	Martyna Baran	29-10-2026	14:00	15:45	01:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 34 -	Przerwa	-	29-10-2026	15:45	16:00	00:15
7 z 34 Rozliczenia i analiza efektywności eventów (Rozliczenie open barów, analiza odchyleń, identyfikacja strat i wnioskowanie)	Zajęcia	Martyna Baran	29-10-2026	16:00	17:00	01:00
8 z 34 Tworzenie i personalizacja oferty eventowej (Oferta handlowa, pakiety sprzedażowe, personalizacja usług, storytelling)	Zajęcia	Martyna Baran	30-10-2026	09:00	10:45	01:45
9 z 34 -	Przerwa	-	30-10-2026	10:45	11:00	00:15
10 z 34 Sprzedaż, relacje i bezpieczeństwo współpracy (Rozwój sprzedaży, cross-selling, upselling, ścieżka kontaktu z klientem, kluczowe zapisy w umowach)	Zajęcia	Martyna Baran	30-10-2026	11:00	13:30	02:30
11 z 34 -	Przerwa	-	30-10-2026	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 34 Organizacja eventu i współpraca z dostawcami (Negocjacje z dostawcami, ankiety oczekiwań, brief dla zespołu, harmonogramy, mapa komunikacji, narzędzia organizacyjne)	Zajęcia	Martyna Baran	30-10-2026	14:00	15:45	01:45
13 z 34 -	Przerwa	-	30-10-2026	15:45	16:00	00:15
14 z 34 Zarządzanie kryzysowe podczas eventów	Zajęcia	Martyna Baran	30-10-2026	16:00	16:30	00:30
15 z 34 -	Walidacja	-	30-10-2026	16:30	17:00	00:30
16 z 34 Marketingowe drzewo i strategię sprzedaży, wyznaczanie celów krótko- i długoterminowych, segmentacja rynku i budowanie grup docelowych	Zajęcia	Marta Grabianowska	03-12-2026	09:00	10:30	01:30
17 z 34 -	Przerwa	-	03-12-2026	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 34 Lejki sprzedażowe – projektowanie i analiza, optymalizacja na podstawie danych, łączenie lejków z kampaniami reklamowymi	Zajęcia	Marta Grabianowska	03-12-2026	10:45	12:15	01:30
19 z 34 -	Przerwa	-	03-12-2026	12:15	12:30	00:15
20 z 34 Kampanie reklamowe w Meta Ads, targetowanie, YouTube Shorts w Google Ads, monitoring mediów i analiza efektywności działań	Zajęcia	Marta Grabianowska	03-12-2026	12:30	13:30	01:00
21 z 34 -	Przerwa	-	03-12-2026	13:30	14:00	00:30
22 z 34 Warsztat tworzenia kampanii od A do Z – zdjęcia, grafika w Canvie, treści, publikacja i harmonogramowanie działań	Zajęcia	Marta Grabianowska	03-12-2026	14:00	15:30	01:30
23 z 34 -	Przerwa	-	03-12-2026	15:30	15:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 34 Integracja działań online i offline, zwiększanie zasięgu i skuteczności komunikacji marketingowej	Zajęcia	Marta Grabianowska	03-12-2026	15:45	17:00	01:15
25 z 34 Rebranding – case study lokalu, TikTok – algorytm i tworzenie treści, warsztaty video w CapCut	Zajęcia	Marta Grabianowska	04-12-2026	09:00	10:30	01:30
26 z 34 -	Przerwa	-	04-12-2026	10:30	10:45	00:15
27 z 34 Influencer marketing i współpraca, przykładowa umowa, neuromarketing i techniki wpływu w sprzedaży	Zajęcia	Marta Grabianowska	04-12-2026	10:45	12:15	01:30
28 z 34 -	Przerwa	-	04-12-2026	12:15	12:30	00:15
29 z 34 Programy lojalnościowe, narzędzia do zarządzania marketingiem, grafika w Canvie, rolki gastronomiczne w CapCut	Zajęcia	Marta Grabianowska	04-12-2026	12:30	13:30	01:00
30 z 34 -	Przerwa	-	04-12-2026	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
31 z 34 Wykorzystanie AI w marketingu, tworzenie treści i zdjęć, cyberbezpieczeństwo mediów społecznościowych	Zajęcia	Marta Grabianowska	04-12-2026	14:00	15:30	01:30
32 z 34 -	Przerwa	-	04-12-2026	15:30	15:45	00:15
33 z 34 Trendy w marketingu, kierunki rozwoju i przyszłość branży	Zajęcia	Marta Grabianowska	04-12-2026	15:45	16:30	00:45
34 z 34 -	Walidacja	-	04-12-2026	16:30	17:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	32:00
w tym suma godzin zajęć	26:30
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	04:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	36:30

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 115,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 158,54 PLN
Koszt osobogodziny brutto	159,84 PLN
Koszt osobogodziny netto	129,95 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	32:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Martyna Baran

Specjalizacja:

Zarządzanie obiektami weselnymi

Prowadzi szkolenia: Manager Obiektu Weselnego, Manager Cateringu, Event Manager, Szkolenie Kelnerskie

Osoba prowadząca zajęcia spełnia warunek: doświadczenie zawodowe i kwalifikacje w zakresie powierzonych zadań zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



2 z 2

Marta Grabianowska

MBA, magister Zarządzania Marketingowego, przedsiębiorczyni.

Ekspertka w dziedzinie PR i marketingu z 14-letnim doświadczeniem w pracy dla dużych korporacji i centrów handlowych w Polsce. Od 6 lat związana z Akademią Gastronomii, gdzie jako szkoleniowiec przekazuje swoją wiedzę managerom i właścicielom biznesów gastronomicznych, ucząc skutecznych strategii marketingowych – od promocji lokali po budowanie silnej obecności w mediach społecznościowych.

Praktyk z krwi i kości – współwłaścicielka marki Klub na Fali, sieci beach barów i klubów nocnych (Poznań, Boszkowo, Sława), w których łączy funkcje zarządcze z rolą Dyrektora Kreatywnego, kierując czteroosobowym zespołem marketingowym. Odpowiada za tworzenie i realizację strategii komunikacji opartych na real-time marketingu, współpracy z twórcami UGC, influencer marketingu i storytellingu. Na swoim koncie ma kampanie z lokalnymi mediami i portalami kulinarnymi oraz organizację licznych wydarzeń – od otwarć lokali po kompleksową oprawę promocyjną eventów

sezonowych.

Równolegle współtworzy Promo Models Poland – agencję wspierającą rozwój kariery w branży eventowej i modowej. Organizuje wydarzenia promocyjne i modowe, a pod jej opieką znajduje się już blisko 500 osób – hostess, modeli, aktorów, twórców contentu i koordynatorów eventów z Warszawy, Poznania i Trójmiasta.

Osoba prowadząca zajęcia spełnia warunek: doświadczenie zawodowe i kwalifikacje w zakresie powierzonych zadań zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet materiałów w formie drukowanej, opracowanych przez ekspertów i trenerów Akademii Gastronomii. Materiały zawierają treści wykładowe, ćwiczenia i szablony do pracy własnej. Materiały są dostosowane do realiów branży gastronomicznej i umożliwiają samodzielne wdrażanie wiedzy po zakończeniu szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Szkolenie jest otwarte - mogą zapisać się wszyscy zainteresowani.

Szkolenie będzie realizowane po zgłoszeniu się minimum 8 osób, maksymalna liczba uczestników to 23. Obowiązuje kolejność zgłoszeń.

Informacje dodatkowe

Cena usługi podana jest w wartości netto. Do ceny doliczany jest podatek VAT 23%.

W przypadku finansowania usługi w co najmniej 70% ze środków publicznych, usługa korzysta ze zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. b ustawy o VAT.

Adres

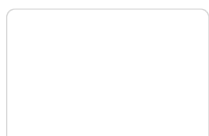
ul. Władysława Broniewskiego 10
81-841 Sopot
woj. pomorskie

Akademia Gastronomii mieści się w Sopocie przy ul. Broniewskiego 10. Zajęcia odbywają się w komfortowej, nowocześnie urządzonej sali szkoleniowej, przystosowanej do prowadzenia szkoleń stacjonarnych. Miejsce zapewnia odpowiednie warunki do pracy i nauki, z pełnym zapleczem sanitarnym i socjalnym. Obiekt znajduje się w dogodnej lokalizacji z łatwym dostępem komunikacją miejską.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Anna Kurt



E-mail biuro@agastromii.pl

Telefon (+48) 780 760 240