



Marketing cyfrowy w praktyce – narzędzia, komunikacja, pozyskiwanie klientów i zrównoważony rozwój - szkolenie prowadzące do kwalifikacji

Numer usługi 2026/09/18/131563/3819696

5 682,60 PLN brutto
4 620,00 PLN netto
227,30 PLN brutto/h
184,80 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

K2 CENTRUM
SZKOLENIOWO
KONSULTINGOWE
SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

257 ocen

- 📍 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 25:00 h
- 📅 11.01.2027 do 21.01.2027

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do przedsiębiorców oraz pracowników odpowiedzialnych za marketing, sprzedaż, obsługę klienta, komunikację z klientami i rozwój działalności przedsiębiorstwa, a także osób wykorzystujących lub planujących wykorzystywać narzędzia cyfrowe w działaniach marketingowych i sprzedażowych.

Usługa jest przeznaczona w szczególności dla osób, które chcą rozwinąć kompetencje w zakresie marketingu cyfrowego, mediów społecznościowych, kampanii internetowych, budowania ścieżki zakupowej klienta, lejka sprzedażowego, analizy danych marketingowych oraz odpowiedzialnego i zasobooszczędnego prowadzenia działań marketingowych oraz osób zainteresowanych tematyką.

Nie jest wymagane specjalistyczne przygotowanie z zakresu marketingu cyfrowego.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

5

Data zakończenia rekrutacji

10-01-2027

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

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

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego planowania i prowadzenia działań marketingowych i sprzedażowych z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych. Uczestnik będzie przygotowany do projektowania Customer Journey i lejka sprzedaży, komunikacji w mediach społecznościowych, pozyskiwania klientów, analizy KPI i optymalizacji działań na podstawie danych, a także stosowania zasad zrównoważonego marketingu, ograniczania zużycia zasobów oraz rozwiązań wspierających zieloną transformację.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje zasady i współczesne kierunki marketingu cyfrowego.	Uczestnik rozróżnia marketing tradycyjny i cyfrowy, rozpoznaje pojęcia content marketing, performance marketing, omnichannel, remarketing, lead generation i marketing automation, charakteryzuje rolę danych i technologii cyfrowych oraz wskazuje zastosowanie marketingu cyfrowego w procesach sprzedażowych.	Test teoretyczny
Uczestnik dobiera nowoczesne narzędzia cyfrowe do działań marketingowych.	rozróżnia narzędzia do tworzenia i zarządzania treścią, wskazuje zastosowanie systemów CRM i automatyzacji marketingu, dobiera narzędzia cyfrowe do celów marketingowych, charakteryzuje możliwości wykorzystania AI oraz wskazuje zasady odpowiedzialnego korzystania z AI i ochrony danych.	Test teoretyczny
Uczestnik planuje komunikację marketingową w mediach społecznościowych i kanałach internetowych.	Uczestnik dobiera kanały komunikacji do grupy docelowej, dostosowuje treści do kanału i etapu relacji z klientem, planuje elementy content planu, rozróżnia działania organiczne i płatne oraz uwzględnia CTA i spójność komunikacji marki w różnych kanałach.	Analiza dowodów i deklaracji
Uczestnik projektuje ścieżkę klienta i lejek sprzedażowy w środowisku cyfrowym.	Uczestnik identyfikuje etapy procesu zakupowego i sprzedażowego, określa punkty styku klienta z marką, opracowuje Customer Journey i lejek sprzedażowy, dobiera działania do poszczególnych etapów procesu oraz wskazuje możliwości ich automatyzacji.	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik planuje kampanie internetowe ukierunkowane na pozyskiwanie i utrzymanie klientów.	Uczestnik określa cel kampanii i grupę odbiorców, dobiera kanały i formaty działań, wykorzystuje założenia content marketingu, social media, kampanii płatnych i remarketingu, planuje działania wspierające konwersję i budowanie relacji z klientem oraz uwzględnia racjonalne gospodarowanie budżetem.	Analiza dowodów i deklaracji
wskazuje skuteczność działań marketingowych i sprzedażowych na podstawie danych.	rozdziela podstawowe wskaźniki KPI, interpretuje zasięg, odsłony, zaangażowanie, CTR, współczynnik konwersji, koszt pozyskania klienta i ROAS, identyfikuje miejsca utraty potencjalnych klientów oraz formułuje wnioski służące optymalizacji działań i budżetu.	Test teoretyczny
Uczestnik stosuje zasady zrównoważonego marketingu i racjonalnego wykorzystania zasobów.	wyjaśnia znaczenie zrównoważonego rozwoju w marketingu i sprzedaży, wskazuje sposoby ograniczania zużycia materiałów poprzez digitalizację, racjonalizuje wykorzystanie materiałów drukowanych i zasobów cyfrowych oraz dobiera rozwiązania ograniczające zbędne wykorzystanie zasobów.	Test teoretyczny
Uczestnik stosuje zasady odpowiedzialnej komunikacji środowiskowej w marketingu.	rozpoznaje ryzyko greenwashingu, odróżnia wiarygodną komunikację środowiskową od nieprecyzyjnych deklaracji, wskazuje zasady komunikowania działań związanych ze zrównoważonym rozwojem oraz uwzględnia kryteria środowiskowe w działaniach marketingowych.	Test teoretyczny
planuje spójne działania marketingowe i sprzedażowe wspierające konkurencyjność przedsiębiorstwa.	analizuje działania konkurencji, identyfikuje elementy wyróżniające ofertę, dobiera kanały i narzędzia cyfrowe do celów przedsiębiorstwa, uwzględnia personalizację i podejście omnichannel oraz łączy Customer Journey, lejek sprzedażowy, komunikację, KPI i zasady zrównoważonego rozwoju w spójny proces.	Analiza dowodów i deklaracji

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 3. Czy dokument jest certyfikatem wydawanym przez międzynarodowe instytucje?

TAK

Strona internetowa Instytucji Certyfikującej: <https://my-ps.eu/dzialalnosc-miedzynarodowa/>

Strona internetowa Instytucji Walidującej: <https://my-ps.eu/dzialalnosc-miedzynarodowa/>

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Fundacja My Personality Skills
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Fundacja My Personality Skills

Program

MODUŁ 1. Nowoczesny marketing cyfrowy – podstawy i kierunki rozwoju

- rola marketingu cyfrowego we współczesnym przedsiębiorstwie,
- marketing tradycyjny a marketing cyfrowy,
- ekosystem kanałów cyfrowych,
- współczesne pojęcia marketingowe: content marketing, performance marketing, omnichannel, remarketing, lead generation, marketing automation,
- wykorzystanie danych w podejmowaniu decyzji marketingowych,
- przykłady zastosowania nowoczesnych technologii w marketingu,
- cyfrowa transformacja procesów marketingowych i sprzedażowych.

MODUŁ 2. Nowoczesne narzędzia cyfrowe w marketingu

- dobór narzędzi cyfrowych do celów marketingowych,
- narzędzia do tworzenia i zarządzania treścią,
- systemy CRM i narzędzia wspierające zarządzanie relacjami z klientami,
- narzędzia do planowania i automatyzacji marketingu,
- wykorzystanie rozwiązań AI wspierających tworzenie, analizowanie i optymalizowanie działań marketingowych,
- zasady odpowiedzialnego korzystania z AI i weryfikacji generowanych treści,
- bezpieczeństwo informacji i danych w pracy z narzędziami cyfrowymi.

MODUŁ 3. Social media i skuteczna komunikacja internetowa

- rola mediów społecznościowych w marketingu,
- dobór kanałów social media do grupy docelowej,
- planowanie komunikacji i content planu,
- tworzenie treści dopasowanych do kanału i etapu relacji z klientem,
- budowanie zaangażowania odbiorców,
- kampanie organiczne i płatne,
- wezwania do działania – CTA,
- spójność komunikacji marki w wielu kanałach,
- dobre praktyki komunikacji cyfrowej.

MODUŁ 4. Proces sprzedażowy, Customer Journey i lejek sprzedaży

- marketing a sprzedaż – integracja procesów,
- etapy procesu zakupowego klienta,
- Customer Journey – projektowanie ścieżki klienta,
- punkty styku klienta z marką,
- projektowanie lejka sprzedażowego,
- działania na etapach: świadomość, zainteresowanie, rozważanie, zakup, utrzymanie i rekomendacja,
- pozyskiwanie leadów za pomocą marketingu cyfrowego,

- automatyzacja wybranych etapów procesu,
- cyfrowa obsługa klienta po dokonaniu zakupu,
- powiązanie procesu sprzedaży z procesem realizacji i dostawy.

MODUŁ 5. Kampanie internetowe i pozyskiwanie klientów

- cele kampanii internetowych,
- segmentacja grup odbiorców,
- planowanie kampanii,
- dobór kanałów i formatów reklamowych,
- pozyskiwanie klientów poprzez content marketing, social media, wyszukiwarki i kampanie płatne,
- remarketing i działania wspierające konwersję,
- budowanie relacji z obecnymi klientami,
- optymalizacja kampanii na podstawie danych,
- racjonalne gospodarowanie budżetem marketingowym.

MODUŁ 6. Analityka marketingowa i pomiar efektów

- rola danych w marketingu cyfrowym,
- podstawowe wskaźniki KPI,
- zasięg, odsłony, zaangażowanie, CTR i współczynnik konwersji,
- koszt pozyskania klienta,
- analiza efektywności wydatków reklamowych,
- ROAS i podstawy oceny rentowności kampanii,
- analiza zachowania użytkowników na ścieżce zakupowej,
- identyfikowanie miejsc utraty potencjalnych klientów,
- podejmowanie decyzji marketingowych na podstawie danych,
- optymalizacja działań i budżetu.

MODUŁ 7. Zrównoważony marketing i zielone umiejętności w środowisku cyfrowym

- zrównoważony rozwój w marketingu i sprzedaży,
- wpływ procesów marketingowych na wykorzystanie zasobów,
- digitalizacja dokumentów, ofert, katalogów i materiałów promocyjnych jako sposób ograniczania zużycia materiałów,
- racjonalizacja produkcji materiałów drukowanych,
- planowanie kampanii ograniczających zbędne wykorzystanie zasobów,
- efektywne zarządzanie treściami i danymi cyfrowymi,
- ograniczanie zbędnego przechowywania i powielania materiałów cyfrowych,
- odpowiedzialna komunikacja środowiskowa,
- greenwashing – ryzyka i zasady formułowania wiarygodnych komunikatów,
- wykorzystywanie marketingu cyfrowego do komunikowania działań przedsiębiorstwa związanych ze zrównoważonym rozwojem,
- kryteria środowiskowe przy wyborze rozwiązań marketingowych i organizacji kampanii.

MODUŁ 8. Budowanie przewagi konkurencyjnej poprzez marketing cyfrowy

- analiza konkurencji w kanałach cyfrowych,
- identyfikowanie przewag przedsiębiorstwa,
- pozycjonowanie oferty,
- wykorzystanie danych o klientach do doskonalenia działań,
- personalizacja komunikacji,
- łączenie kanałów marketingowych i sprzedażowych w podejściu omnichannel,
- budowanie długoterminowych relacji z klientami,
- wykorzystanie kompetencji cyfrowych i zielonych jako elementu rozwoju przedsiębiorstwa.

MODUŁ 9. Podsumowanie i planowanie działań marketingu cyfrowego

- integracja działań marketingowych i sprzedażowych w kanałach cyfrowych,
- dobór narzędzi i kanałów do potrzeb klienta i celów przedsiębiorstwa,
- powiązanie Customer Journey, lejka sprzedaży i komunikacji z klientem,
- wykorzystanie danych i KPI do optymalizacji działań,
- uwzględnianie zasad zrównoważonego rozwoju i efektywnego wykorzystania zasobów w marketingu cyfrowym.

MODUŁ 10. Walidacja

Sprawdzenie testów i analizy dowodów i deklaracji przez Fundacja My Personality Skills.

Łączna ilość godzin usługi to 25h, w tym 6h praktycznych, 15h teoretycznych i 1h walidacji. Przerwy wliczane w czas trwania usługi (3h), walidacja wliczana w czas trwania usługi (1h).

Wynik przeprowadzonej walidacji jest ogłaszany od razu po zakończeniu szkolenia. Proces walidacji prowadzony jest w formie testu wiedzy oraz analizy dowodu i deklaracji. Uczestnik otrzymuje wynik potwierdzający zdobytą kwalifikację w dniu przeprowadzonej walidacji, a certyfikat do 5 dni roboczych.

Program szkolenia wpisuje się w kierunki rozwoju określone w Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego 2030 oraz Programie Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego na lata 2019–2030.

W odniesieniu do Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego 2030 szkolenie jest powiązane przede wszystkim z inteligentną specjalizacją „Technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT)”, poprzez rozwój kompetencji związanych z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych, systemów CRM, automatyzacji marketingu, sztucznej inteligencji, analizy danych, cyfrowych kanałów komunikacji, mediów społecznościowych oraz technologii wspierających procesy marketingowe i sprzedażowe.

Program wykazuje również powiązanie z inteligentną specjalizacją „Zielona gospodarka”, w szczególności poprzez zagadnienia dotyczące zrównoważonego marketingu, efektywnego wykorzystania zasobów, digitalizacji materiałów i dokumentów, ograniczania zużycia materiałów drukowanych, odpowiedzialnej komunikacji środowiskowej, przeciwdziałania greenwashingowi oraz uwzględniania kryteriów środowiskowych w planowaniu działań marketingowych.

W odniesieniu do Programu Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego na lata 2019–2030 tematyka szkolenia wpisuje się przede wszystkim w obszar technologiczny „Technologie informacyjne i telekomunikacyjne”, poprzez wykorzystanie technologii cyfrowych w komunikacji, analizie danych, automatyzacji procesów, zarządzaniu relacjami z klientami, prowadzeniu kampanii internetowych oraz zastosowaniu sztucznej inteligencji.

Uzupełniając program wykazuje związek z obszarem technologicznym „Technologie dla ochrony środowiska”, poprzez rozwijanie wiedzy dotyczącej racjonalnego gospodarowania zasobami, ograniczania materiałochłonności działań marketingowych, digitalizacji procesów oraz wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju w działalności przedsiębiorstwa.

Realizacja szkolenia wspiera zatem rozwój kompetencji potrzebnych przedsiębiorstwom w procesie transformacji cyfrowej i zielonej, zwiększając zdolność do wykorzystywania technologii cyfrowych, danych i automatyzacji przy jednoczesnym uwzględnianiu efektywności zasobowej i odpowiedzialności środowiskowej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 17

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Nowoczesny marketing cyfrowy – podstawy i kierunki rozwoju	Zajęcia	Beata Smolak	11-01-2027	09:00	11:00	02:00
2 z 17 Nowoczesne narzędzia cyfrowe w marketingu	Zajęcia	Beata Smolak	11-01-2027	11:00	12:45	01:45
3 z 17 -	Przerwa	-	11-01-2027	12:45	13:45	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 17 Social media i skuteczna komunikacja internetowa – cz. 1	Zajęcia	Beata Smolak	11-01-2027	13:45	15:15	01:30
5 z 17 Social media i skuteczna komunikacja internetowa – cz. 2	Zajęcia	Beata Smolak	12-01-2027	09:00	10:00	01:00
6 z 17 Proces sprzedażowy, Customer Journey i lejek sprzedaży	Zajęcia	Beata Smolak	12-01-2027	10:00	12:45	02:45
7 z 17 -	Przerwa	-	12-01-2027	12:45	13:45	01:00
8 z 17 Kampanie internetowe i pozyskiwanie klientów – cz. 1	Zajęcia	Beata Smolak	12-01-2027	13:45	15:15	01:30
9 z 17 Kampanie internetowe i pozyskiwanie klientów – cz. 2	Zajęcia	Beata Smolak	13-01-2027	09:00	10:30	01:30
10 z 17 Analityka marketingowa i pomiar efektów	Zajęcia	Beata Smolak	13-01-2027	10:30	12:45	02:15
11 z 17 -	Przerwa	-	13-01-2027	12:45	13:45	01:00
12 z 17 Zrównoważony marketing i zielone umiejętności w środowisku cyfrowym – cz. 1	Zajęcia	Beata Smolak	13-01-2027	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 17 Zrównoważony marketing i zielone umiejętności w środowisku cyfrowym – cz. 2	Zajęcia	Beata Smolak	14-01-2027	09:00	10:00	01:00
14 z 17 Budowanie przewagi konkurencyjnej poprzez marketing cyfrowy	Zajęcia	Beata Smolak	14-01-2027	10:00	12:15	02:15
15 z 17 Podsumowanie i planowanie działań marketingu cyfrowego	Zajęcia	Beata Smolak	14-01-2027	12:15	13:15	01:00
16 z 17 -	Przerwa	-	14-01-2027	13:15	14:15	01:00
17 z 17 -	Walidacja	-	14-01-2027	14:15	15:15	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	25:00
w tym suma godzin zajęć	20:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	04:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	28:00

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 ze zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 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

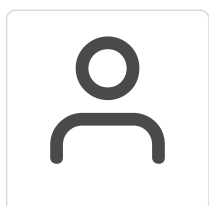
Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 682,60 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 620,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	227,30 PLN
Koszt osobogodziny netto	184,80 PLN
W tym koszt walidacji brutto	153,75 PLN
W tym koszt walidacji netto	125,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	153,75 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	125,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	25:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Beata Smolak

Trenerka z wieloletnim doświadczeniem w pracy z dorosłymi, specjalizująca się w rozwijaniu kompetencji interpersonalnych, komunikacyjnych oraz wspieraniu efektywnej pracy zespołowej i procesów edukacyjnych. Posiada tytuł magistra inżyniera informatyki (specjalność: sieci komputerowe), uzyskany w 1998 roku na Politechnice Częstochowskiej. W ciągu ostatnich 24 miesięcy przeprowadziła ponad 280 godzin szkoleń oraz przeszło

120 godzin doradztwa indywidualnego i zespołowego, skierowanego do pracowników, liderów, trenerów i osób przygotowujących się do pracy w obszarze edukacji dorosłych. Prowadziła liczne szkolenia rozwijające kompetencje komunikacyjne, w tym z zakresu aktywnego słuchania, udzielania konstruktywnej informacji zwrotnej, empatycznej komunikacji i zarządzania relacjami interpersonalnymi w środowisku zawodowym. W swojej pracy wykorzystuje m.in. metody komunikacji asertywnej, model FUKO, narzędzia diagnozy stylów komunikacyjnych oraz ćwiczenia oparte na rzeczywistych sytuacjach z pracy trenerskiej i edukacyjnej. Jej podejście oparte jest na założeniu, że skuteczna komunikacja trenerska to nie tylko przekaz wiedzy, ale przede wszystkim budowanie relacji z uczestnikami, stwarzanie bezpiecznej atmosfery do rozwoju i skuteczne przekazywanie informacji zwrotnej wspierającej uczenie się. Wiedzę w tym zakresie rozwijała m.in. na kursach: „Trening Rozwoju Osobistego” (Gabinet Psychologiczny Barbara Kropisz, 2021), „Akademia Coachingu” (2021), „Ekspert Doradztwa Zawodowego”

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzyma niezbędne materiały w postaci skryptu szkoleniowego (w formie pdf), notatnika oraz długopisu.

Podmiotu certyfikujący wyda dokument potwierdzający nadanie określonej kwalifikacji - certyfikat.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć oraz uzyskania 80% punktów z testu przyrostu wiedzy.

Informacje dodatkowe

Ujęte godziny szkolenia są godzinami zegarowymi. Dokument potwierdza, że zostały zastosowane rozwiązania zapewniające rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji. tzn. osoba prowadząca usługę, nie dokonuje weryfikacji efektów uczenia się uczestników usługi. Trener przygotowuje walidację: zaprojektował efekty uczenia się, kryteria weryfikacji przez określenie metod ich oceny po przygotowanie zestawu pytań testowych. Trener rozda testy uczestnikom. Nie ingeruje w jakiegokolwiek formie w ocenę wyników testu ani w proces jego wypełniania. Osoba walidująca zostaje zaangażowana dopiero na etapie oceny i weryfikacji efektów uczenia się uczestników. Nie prowadzi bezpośrednio działań związanych z tworzeniem i kompletowaniem dokumentacji walidacyjnej

Warunki techniczne

usługi zostanie przeprowadzona za pośrednictwem platformy ZOOM.

Warunki techniczne

- urządzenie przenośne/mobilne lub stacjonarne (komputer/laptop/tablet) z kamerą, mikrofonem i głośnikami;
- procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy) lub Core i5 Kaby Lake; min. 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- system operacyjny taki jak min. Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS;
- aktualne wersje przeglądarki np. Google Chrome, Mozilla Firefox, Brave, Safari, Microsoft Edge, Opera, Internet Explorer, Yandex;

- uczestnik dysponuje łączem sieciowym spełniającym następujące parametry:
- dostęp do internetu o zalecanej szybkości - minimalna prędkość pobierania 2 Mb/s, prędkość wysyłania 512 kb/s;

Uczestnik dysponuje niezbędnym oprogramowaniem umożliwiającym dostęp do prezentowanych treści i materiałów;

Program darmowy.

Link do programu: <https://zoom.us/support/download>

Link będzie wysłany uczestnikom drogą mailową dwa dni przed rozpoczęciem usługi. Ważność linku obejmuje czas usługi.

Kontakt



Jakub Majchrzak

E-mail jakub.majchrzak@k2csk.pl

Telefon (+48) 518 442 584