



## English for Sales and Marketing - Kurs języka angielskiego dla pracowników działów marketingu i sprzedaży na poziomie B2 - 56 godzin w formie zdalnej

Numer usługi 2024/05/20/165650/2155532

5 500,00 PLN brutto

5 500,00 PLN netto

98,21 PLN brutto/h

98,21 PLN netto/h

CLP SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚĆ  
CIA

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 56 h

📅 07.01.2025 do 28.04.2025

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Języki / Angielski
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Osoby chcące podnieść swoje kompetencje z języka angielskiego ogólnego oraz w zakresie specjalistycznego słownictwa związanego z marketingiem i sprzedażą.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	2
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	8
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	23-12-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	56
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna

## Cel

### Cel edukacyjny

Kurs "English for Sales and Marketing – B2" ma na celu rozwinięcie zaawansowanych umiejętności językowych w kontekście sprzedaży i marketingu. Kurs przygotowuje do skuteczniejszej komunikacji w środowisku sprzedażowym z wykorzystaniem specjalistycznego słownictwa, zaawansowanych zasad gramatyki oraz funkcji językowych. Kurs

przygotowuje do sprawnego porozumiewania się w języku angielskim, zarówno w mowie, jak i w piśmie, na poziomie zaawansowanym.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>1. Uczeń rozróżnia i stosuje pytania bezpośrednie i pośrednie w kontekstach zawodowych.</p> <p>2. Uczeń tworzy zdania z pytaniami pośrednimi, używając odpowiednich struktur gramatycznych.</p> <p>3. Uczeń stosuje Present Perfect do opisywania doświadczeń mających wpływ na teraźniejszość oraz Past Simple do relacjonowania zakończonych zdarzeń.</p> <p>4. Uczeń tworzy zdania porównujące użycie Present Perfect i Past Simple w różnych kontekstach.</p> <p>5. Uczeń rozróżnia i stosuje Present Perfect Simple i Continuous do opisywania zakończonych doświadczeń oraz trwających działań.</p> <p>6. Uczeń tworzy zdania opisujące różnice między Present Perfect Simple a Continuous.</p> <p>7. Uczeń stosuje stronę bierną do opisywania działań i procesów w kontekście zawodowym.</p> <p>8. Uczeń tworzy zdania w stronie biernej, używając odpowiednich czasów gramatycznych.</p>	<p>1. Tworzy zdania z pytaniami bezpośrednimi i pośrednimi, stosując odpowiednie struktury gramatyczne.</p> <p>2. Stosuje pytania pośrednie w kontekstach zawodowych.</p> <p>3. Stosuje Present Perfect i Past Simple w opisach doświadczeń zawodowych.</p> <p>4. Porównuje użycie Present Perfect i Past Simple w różnych sytuacjach.</p> <p>5. Tworzy zdania opisujące doświadczenia oraz trwające działania, używając Present Perfect Simple i Continuous.</p> <p>6. Rozróżnia konteksty użycia Present Perfect Simple i Continuous.</p> <p>7. Tworzy zdania w stronie biernej, stosując odpowiednie czasy gramatyczne.</p> <p>8. Stosuje stronę bierną do opisywania procesów zawodowych.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>9. Uczeń tworzy zdania warunkowe pierwszego, drugiego i trzeciego typu, opisując hipotetyczne i rzeczywiste sytuacje.</p> <p>10. Uczeń stosuje zdania warunkowe w kontekstach zawodowych do wyrażania warunków i ich konsekwencji.</p> <p>11. Uczeń stosuje różne formy czasu przyszłego (will, be going to, present continuous) do planowania i przewidywania działań zawodowych.</p> <p>12. Uczeń tworzy zdania opisujące przyszłe plany i przewidywania.</p> <p>13. Uczeń opisuje swoje nawyki w teraźniejszości i przeszłości, używając form "used to", "would", "usually".</p> <p>14. Uczeń tworzy zdania opisujące zmiany w nawykach na przestrzeni czasu.</p> <p>15. Uczeń poprawnie stosuje rodzajniki nieokreślone i określone w kontekście zawodowym.</p> <p>16. Uczeń tworzy zdania z użyciem odpowiednich rodzajników w różnych kontekstach.</p>	<p>9. Tworzy zdania warunkowe pierwszego, drugiego i trzeciego typu, opisując różne scenariusze.</p> <p>10. Stosuje zdania warunkowe do wyrażania warunków i konsekwencji w kontekstach zawodowych.</p> <p>11. Tworzy zdania opisujące przyszłe plany i przewidywania, stosując różne formy czasu przyszłego.</p> <p>12. Stosuje future forms do planowania i przewidywania działań zawodowych.</p> <p>13. Tworzy zdania opisujące nawyki w teraźniejszości i przeszłości, używając "used to", "would", "usually".</p> <p>14. Opisuje zmiany w nawykach na przestrzeni czasu.</p> <p>15. Używa rodzajników nieokreślonych i określonych w różnych kontekstach zawodowych.</p> <p>16. Tworzy zdania z odpowiednimi rodzajnikami.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>17. Uczeń stosuje czasowniki modalne (can, should, must, may, might) do wyrażania zaleceń, możliwości, obowiązków i przypuszczeń.</p> <p>18. Uczeń tworzy zdania z czasownikami modalnymi, wyrażając różne stopnie pewności i zobowiązania.</p> <p>19. Uczeń używa kwantyfikatorów do precyzyjnego określania ilości i liczebności.</p> <p>20. Uczeń tworzy zdania z kwantyfikatorami, opisując ilości i liczebność w różnych kontekstach zawodowych.</p> <p>21. Uczeń tworzy zdania z użyciem zdań względnych do dokładniejszego opisu osób, rzeczy i miejsc.</p> <p>22. Uczeń stosuje zdania względne do rozszerzania informacji w zdaniach.</p> <p>23. Uczeń tworzy zdania warunkowe trzeciego typu do opisywania hipotetycznych sytuacji w przeszłości i ich konsekwencji.</p> <p>24. Uczeń stosuje zdania warunkowe do spekulacji na temat przeszłych wydarzeń.</p>	<p>17. Tworzy zdania z czasownikami modalnymi, wyrażając różne stopnie pewności i zobowiązania.</p> <p>18. Stosuje czasowniki modalne do wyrażania zaleceń, możliwości, obowiązków i przypuszczeń.</p> <p>19. Tworzy zdania z kwantyfikatorami, opisując ilości i liczebność w różnych kontekstach zawodowych.</p> <p>20. Stosuje kwantyfikatory do precyzyjnego określania ilości i liczebności.</p> <p>21. Tworzy zdania z użyciem zdań względnych do dokładniejszego opisu osób, rzeczy i miejsc.</p> <p>22. Stosuje zdania względne do rozszerzania informacji w zdaniach.</p> <p>23. Tworzy zdania warunkowe trzeciego typu do opisywania hipotetycznych sytuacji w przeszłości i ich konsekwencji.</p> <p>24. Stosuje zdania warunkowe do spekulacji na temat przeszłych wydarzeń.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>1. Uczeń charakteryzuje swoje stanowisko pracy, opisując swoje obowiązki i zadania, używając odpowiedniego słownictwa.</p> <p>2. Uczeń omawia kwestie związane z brandingiem, używając odpowiednich terminów oraz wyrażając swoje obawy.</p> <p>3. Uczeń analizuje rynki i konkurencję, formułując sugestie i wykorzystując specjalistyczne słownictwo.</p> <p>4. Uczeń zarządza relacjami z klientami, wyrażając swoje preferencje i stosując odpowiednie zwroty.</p> <p>5. Uczeń omawia zachowania konsumentów, zmieniając tematy rozmowy i używając terminologii związanej z ekonomią i psychologią.</p> <p>6. Uczeń analizuje i omawia strategie marketingowe, wymieniając opcje i stosując specjalistyczne słownictwo.</p> <p>7. Uczeń ocenia kampanie marketingowe, zadając pytania o informacje i stosując odpowiednie terminy.</p> <p>8. Uczeń omawia znaczenie rekomendacji i sponsorów, wyrażając pewność lub brak pewności.</p> <p>9. Uczeń analizuje środowiska marketingowe.</p> <p>10. Uczeń segmentuje rynki, pytając o dostępność i stosując terminologię segmentacji rynku.</p> <p>11. Uczeń omawia etykę marketingową, wyrażając zaskoczenie i stosując odpowiednie zwroty.</p> <p>12. Uczeń analizuje wpływ technologii na marketing, zgadzając się z opiniami i stosując odpowiednie terminy.</p> <p>13. Uczeń organizuje i prowadzi spotkania, używając codziennych zwrotów i slangów biznesowych.</p> <p>14. Uczeń przygotowuje i przeprowadza prezentacje, używając slangów prezentacyjnych i prowadząc interaktywne dialogi.</p>	<p>1. Tworzy szczegółowe opisy swojego stanowiska pracy, uwzględniając wszystkie obowiązki i zadania.</p> <p>2. Omawia raport dotyczący brandingu, w którym wyraża swoje obawy i używa odpowiednich terminów.</p> <p>3. Analizuje artykuły rynkowe i konkurencyjne, tworząc sugestie i wykorzystując specjalistyczne słownictwo.</p> <p>4. Omawia strategię zarządzania relacjami z klientami, wyrażając swoje preferencje i stosując odpowiednie zwroty.</p> <p>5. Przeprowadza badania dotyczące zachowań konsumentów.</p> <p>6. Omawia plan badania marketingowego, rekomendując działania.</p> <p>7. Buduje kompleksową strategię marketingową, wymieniając opcje i stosując specjalistyczne słownictwo. Przeprowadza ocenę kampanii marketingowych, zadając pytania o informacje i stosując odpowiednie terminy.</p> <p>8. Omawia znaczenie rekomendacji i sponsorów, wyrażając pewność lub brak pewności.</p> <p>9. Omawia analizę środowisk marketingowych, wyrażając brak zrozumienia i pytając o wyjaśnienia.</p> <p>10. Przeprowadza segmentację rynku, pytając o dostępność i stosując terminologię segmentacji rynku.</p> <p>11. Przygotowuje wypowiedź na temat etyki marketingowej, wyrażając zaskoczenie i stosując odpowiednie zwroty.</p> <p>12. Omawia wpływ technologii na marketing, zgadzając się z opiniami i stosując odpowiednie terminy.</p> <p>13. Prowadzi spotkania, tworząc agendy i używając codziennych zwrotów i slangów biznesowych.</p> <p>14. Przeprowadza interaktywne prezentacje, używając slangów prezentacyjnych i prowadząc dialogi z publicznością.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

## Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument zawiera szczegółowy opis efektów uczenia się osiągniętych przez uczestnika.

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

Tak, dokument potwierdza, że walidacja była przeprowadzona zgodnie z określonymi kryteriami.

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

Tak, proces kształcenia i szkolenia jest oddzielony od walidacji, co zapewnia obiektywność oceny.

# Program

Szkolenie "English for Sales and Marketing – B2" jest adresowane do następujących grup odbiorców:

### 1. Nowi pracownicy działów sprzedaży i marketingu:

- Osoby, które dopiero rozpoczęły swoją karierę w działach sprzedaży i marketingu i chcą zdobyć podstawowe umiejętności językowe potrzebne do skutecznego wykonywania swoich obowiązków.

### 2. Pracownicy działów sprzedaży i marketingu z podstawową znajomością języka angielskiego:

- Pracownicy, którzy mają już pewną wiedzę na temat sprzedaży i marketingu, ale chcą poprawić swoje umiejętności komunikacyjne w języku angielskim, aby lepiej obsługiwać międzynarodowych klientów i partnerów biznesowych.

### 3. Przedstawiciele handlowi:

- Osoby pracujące jako przedstawiciele handlowi, które muszą komunikować się w języku angielskim z klientami, prezentować produkty i negocjować warunki sprzedaży.

### 4. Specjaliści ds. marketingu:

- Osoby zajmujące się promocją produktów i usług, które potrzebują zaawansowanych umiejętności językowych do tworzenia kampanii marketingowych, komunikowania się z międzynarodowymi zespołami oraz analizowania rynków zagranicznych.

### 5. Menadżerowie sprzedaży i marketingu:

- Kierownicy, którzy zarządzają zespołami sprzedaży i marketingu, prowadzą spotkania, prezentacje oraz negocjacje w języku angielskim.

### 6. Studenci kierunków związanych ze sprzedażą i marketingiem:

- Osoby studiujące na kierunkach związanych ze sprzedażą i marketingiem, które chcą zdobyć praktyczne umiejętności językowe potrzebne na rynku pracy.

### 7. Właściciele małych i średnich przedsiębiorstw:

- Przedsiębiorcy, którzy prowadzą własne firmy i chcą poszerzyć swoje umiejętności komunikacyjne w języku angielskim, aby lepiej rozwijać swoje biznesy na rynkach międzynarodowych.

## Ramowy Program Usługi:

- wypełnienie testu kwalifikacyjnego on-line przed przystąpieniem do szkolenia (nie wchodzi w zakres harmonogramu)

- rozmowy on-line w czasie rzeczywistym

- podział na grupy 2-8-osobowe (2-8 uczestników szkolenia w grupie)

- forma prowadzenia zajęć: on-line w czasie rzeczywistym z zastosowaniem podziału na podgrupy (2-4 uczestników), dyskusji ogólnogrupowej, współdzielenia ekranu, interaktywnych ćwiczeń i quizów z rejestracją wyników.

- forma sprawdzenia wiedzy: test teoretyczny z zadaniami zamkniętymi i otwartymi na koniec szkolenia, obserwacja w warunkach symulowanych

- usługa realizowana w godzinach dydaktycznych (45 min)

- nie będzie przerwy pomiędzy godzinami dydaktycznymi w związku z czym nie jest ona wliczona w czas usługi

"Co Ludzie Powiedzą" to szkoła języka angielskiego z siedzibą w Lublinie oferująca kursy stacjonarne i online. Naszą misją jest przełamywanie barier komunikacyjnych między ludźmi z całego świata w sytuacjach codziennych i biznesowych poprzez rewolucyjny i przyjazny zapamiętywaniu sposób nauki. Tworzymy szkolenie szyte na miarę, uwzględniając indywidualne preferencje klienta – założenia, program, dni i godziny spotkań – wszystko to jest dopasowane do potrzeb uczestników.

Nasze metody nauczania oparte są na technikach szybkiego zapamiętywania, wykorzystujemy autorskie fiszki do nauki przez skojarzenia (Mnemobrazki), które umożliwiają szybkie i efektywne przyswajanie słownictwa w języku angielskim - nawet do 40 słów w ciągu godziny.

Stawiamy na intensywne treningi językowe z dużym naciskiem na konwersacje. Dzięki temu uczniowie przełamują barierę językową i zyskują pewność w mówieniu. Nasze zajęcia są pełne praktycznych tematów, gier, quizów i kreatywnych ćwiczeń, które sprawiają, że nauka języka jest dynamiczna i angażująca. Oferujemy także całodobowy dostęp do autorskiej platformy e-learningowej.

**Harmonogram spotkań, trenerzy oraz lokalizacja (w przypadku zajęć stacjonarnych) ustalane będą po zakończeniu rekrutacji.**

#### **Unit 1: My job**

- **Mnemocards – quick memorization flashcards**
- **Vocabulary:** dull, dead-end job, sick leave, dog-eat-dog, cushy number
- **Function:** Talking about one's job

#### **Unit 2: GRAMMAR: direct and indirect questions**

#### **Unit 3: Branding**

- **Topic:** Branding
- **Reading context:** Report
- **Vocabulary:** associate, brand, brand dilution, brand extension, brand loyalty, branding, differentiate, familiar with, identity, likelihood, prefer, recognize
- **Function:** Discussing concerns

#### **Unit 4: GRAMMAR: present perfect vs. Past simple**

#### **Unit 5: Markets and Competition**

- **Topic:** Markets and Competition
- **Reading context:** Magazine article
- **Vocabulary:** advantage, break into, competition, competitor, edge, leader, minor player, monopoly, threat, transform, upstart
- **Function:** Making a suggestion

#### **Unit 6: GRAMMAR: present perfect simple vs. Continuous**

#### **Unit 7: Customer Relations Management**

- **Topic:** Customer Relations Management
- **Reading context:** Email
- **Vocabulary:** apologize, customer base, customer relations, customer service, email list, loyalty, negative, positive, press, recommendation, rectify, satisfaction, survey, viral, word-of-mouth
- **Function:** Expressing a preference

#### **Unit 8: GRAMMAR: passive voice**

#### **Unit 9: Consumer Behavior**

- **Topic:** Consumer Behavior
- **Reading context:** Advertisement
- **Vocabulary:** buyer, consumer behavior, economics, herd behavior, influence, information search, motivation, payer, post-purchase evaluation, psychology, purchase decision, role, selective perception process, study, user
- **Function:** Changing topics

#### **Unit 10: GRAMMAR: conditional sentences**

#### **Unit 11: Marketing Research 1**

- **Topic:** Marketing Research 1

- **Reading context:** Webpage
- **Vocabulary:** ad tracking, brand equity, concept testing, coolhunting, customer satisfaction research, eye tracking, focus group, marketing research, mystery shopper, online panel, positioning, primary research, secondary research, survey, test marketing
- **Function:** Making a recommendation

#### Unit 12: Marketing Research 2

- **Topic:** Marketing Research 2
- **Reading context:** Textbook chapter
- **Vocabulary:** alternative, collect, course of action, DECIDE model, define, develop, enumerate, evaluate, factor, identify, opportunity, outcome, uncontrollable
- **Function:** Asking for examples

#### Unit 13: GRAMMAR: future forms

#### Unit 14: Marketing Strategies

- **Topic:** Marketing Strategies
- **Reading context:** Article
- **Vocabulary:** competitive advantage, competitor analysis, cost leadership, dynamic, market segmentation, market dominance, marketing plan, mission, Porter generic strategies, product differentiation, share, strategy, target market
- **Function:** Listing options

#### Unit 15: Campaign Assessment

- **Topic:** Campaign Assessment
- **Reading context:** Webpage
- **Vocabulary:** advertising research, assess, association, attitude, brand awareness, campaign, copy testing, feedback, perception, post-testing, target audience, tracking study, web analytics
- **Function:** Asking for information

#### Unit 16: GRAMMAR: articles

#### Unit 17: Endorsements and Sponsors

- **Topic:** Endorsements and Sponsors
- **Reading context:** Emails
- **Vocabulary:** athlete, celebrity, contract, credible, demographic, endorsement, fame, famous, reach, recognizable, sponsor, star power
- **Function:** Expressing (un)certainly

#### Unit 18: GRAMMAR: modal verbs and related phrases

#### Unit 19: Marketing Environments

- **Topic:** Marketing Environments
- **Reading context:** Textbook chapter
- **Vocabulary:** budget, industry, intermediary, internal, macro environment, marketing environment, meso environment, micro environment, national, regulation, restriction, society, supply
- **Function:** Expressing a lack of understanding

#### Unit 20: Market Segmentation

- **Topic:** Market Segmentation
- **Reading context:** Textbook excerpt
- **Vocabulary:** behavioral, divide, geographic, holiday, local, luxury item, niche, occasion, positive market segmentation, price discrimination, psychographic, region, subset
- **Function:** Asking about availability

#### Unit 21: Travelling for Work

- **Mnemocards – quick memorization flashcards**
- **Vocabulary:** arrival, boarding pass, cancel a booking, double room, garden view, miss the flight, return ticket
- **Function:** Functional language used on business trips

#### Unit 22: GRAMMAR: quantifiers

#### Unit 23: Advertising

- **Topic:** Advertising
- **Reading context:** Email
- **Vocabulary:** advertisement, billboard, commercial, direct mailing, infomercial, internet, magazine, media, outlet, prime time, product placement, radio, television
- **Function:** Asking for an opinion

#### Unit 24: GRAMMAR: past and mixed conditionals

#### Unit 25: Marketing Ethics

- **Topic:** Marketing Ethics
- **Reading context:** Magazine article
- **Vocabulary:** consumer protection, damage, deceptive, ethics, honesty, impact, lawsuit, market exclusion, priority, privacy, put (something) before, sex appeal, social responsibility, stereotype, unethical
- **Function:** Expressing surprise

#### Unit 26: GRAMMAR: relative clauses

#### Unit 27: Marketing and Technology

- **Topic:** Marketing and Technology
- **Reading context:** Webpage
- **Vocabulary:** app, banner, blog, mailing list, meta tag, mobile device, online retailer, optimization, pop up, real-time, search engine, social media, spam, technology, web traffic
- **Function:** Agreeing with an opinion

#### Unit 28: Meetings

- **VOCABULARY:** Everyday business slang for meetings like "circle back", "shoot you an email", "get the ball rolling", "I'm swamped", "play it by ear".
- **SPEAKING:** Initiating meetings with casual phrases; discussing agenda items informally; expressing and handling urgent tasks with slang; effectively summarizing using colloquial language.
- **FUNCTIONAL LANGUAGE:** Phrases for deferring topics ("Let's put a pin in that"), checking understanding ("Can you give me a rundown?"), and expressing workload ("I'm swamped right now").

#### Unit 29: Presentations

- **VOCABULARY:** Common presentation slang such as "kick off", "wrap up", "takeaway", "touch base", "ping", "deep dive", "on the same page", "loop in".
- **SPEAKING:** Preparing and delivering presentations using conversational phrases; explaining complex information with accessible language; engaging the audience with interactive dialogue.
- **FUNCTIONAL LANGUAGE:** Opening presentations with an informal tone ("Let's kick this off"), guiding through content ("We'll take a deep dive into..."), and concluding with actionable steps ("Let's wrap up").

**Ostatnie spotkanie:** TEST TEORETYCZNY mający na celu sprawdzenie wiedzy zdobytej podczas szkolenia.

W razie potrzeby programu w języku polskim prosimy o kontakt: [info@coludziepowiedza.co](mailto:info@coludziepowiedza.co)

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					



# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	98,21 PLN
Koszt osobogodziny netto	98,21 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują autorskie materiały szkoleniowe, dostęp do wybranych tematów Mnemobrazków (autorskich fiszek obrazkowych opartych na mnemotechnikach, ułatwiających i przyspieszających zapamiętywanie nowo-poznanego słownictwa), materiały dydaktyczne wspierające naukę, a także dostęp do autorskiej platformy e-learningowej szkoły Portal Geniusza, na której znajdują się dodatkowe materiały do pracy własnej w domu.

### Warunki uczestnictwa

- Kurs przeznaczony dla osób powyżej 18 roku życia.
- Wymagana znajomość języka angielskiego na poziomie B2 (ukończony poziom B1).
- Przed przystąpieniem do kursu przeprowadzona zostanie weryfikacja poziomu znajomości języka obcego w formie testu.

### Informacje dodatkowe

Cały kurs to 28 spotkań po 90 minut (1 godz. = 45 minut), zajęcia odbywają się 2 razy w tygodniu.

- Zajęcia odbywają się na platformach MS Teams lub Zoom.
- Uczestnicy mają dostęp do zamkniętej społeczności CLP VIP z dodatkowymi materiałami i bezpłatnymi konwersacjami z native speakerem na czas trwania kursu.
- Powyższa usługa jest usługą przykładową. Dla każdego zainteresowanego słuchacza tworzymy całe szkolenie szyte na miarę potrzeb uwzględniając indywidualne preferencje – założenia, program, dni i godziny spotkań – wszystko to uzgadniane jest indywidualnie i dopasowane do Państwa potrzeb.
- Każde szkolenie poprzedzone jest wykonaniem testu weryfikującego znajomość języka. Po ukończeniu szkolenia przeprowadzana jest podobna walidacja.
- Istnieje możliwość zorganizowania szkolenia w formie stacjonarnej po uprzednim porozumieniu z Wykonawcą.

# Warunki techniczne

- Szkolenie prowadzone jest online, uczestnicy korzystają z platform MS Teams lub Zoom.
- Wymagania sprzętowe: komputer osobisty, tablet lub smartfon z dwurdzeniowym procesorem 2GHz (zalecany czterordzeniowy), 4GB RAM, system operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS lub Android, najnowsze wersje przeglądarek Google Chrome lub Mozilla Firefox, kamera internetowa, mikrofon lub zestaw słuchawkowy.
- Minimalne wymagania sieciowe: prędkość nadawania i pobierania min. 20 Mbps.
- Zajęcia mogą być rejestrowane w celu utrwalenia efektów kształcenia oraz na potrzeby monitoringu. Wykorzystanie nagrania na inne cele wymaga zgody uczestnika kursu oraz lektora/trenera.

## Kontakt



**Arkadiusz Mikrut**

**E-mail** [info@coludziepowiedza.co](mailto:info@coludziepowiedza.co)

**Telefon** (+48) 531 001 133