



Ernst & Young  
spółka z  
ograniczoną  
odpowiedzialnością  
Academy of  
Business sp. k.



## Marketing 360: Pakiet Współczesnych Rozwiązań

Numer usługi 2024/07/08/10940/2213600

📍 Warszawa / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 30.09.2024 do 02.10.2024

3 874,50 PLN brutto

3 150,00 PLN netto

161,44 PLN brutto/h

131,25 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kategoria                       | Biznes / Marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Sposób dofinansowania           | wsparcie dla osób indywidualnych<br>wsparcie dla pracodawców i ich pracowników                                                                                                                                                                                                                                  |
| Grupa docelowa usługi           | Szkolenie jest przeznaczone dla:<br><br>specjalistów i ekspertów w dziedzinie marketingu, którzy już posiadają pewne doświadczenie i wiedzę w tej dziedzinie oraz chcą pogłębić swoje umiejętności w obszarach automatycznej komunikacji, personalizacji i wdrażania zaawansowanych technologii marketingowych. |
| Minimalna liczba uczestników    | 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Maksymalna liczba uczestników   | 16                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Data zakończenia rekrutacji     | 26-09-2024                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Forma prowadzenia usługi        | mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)                                                                                                                                                                                                                                          |
| Liczba godzin usługi            | 24                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 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

Szkolenie "Marketing 360: Pakiet Współczesnych Rozwiązań" przygotowuje uczestników do prowadzenia kampanii marketingowych 360, poprzez wykorzystanie nowoczesnych technik marketingowych.

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

| Efekty uczenia się                                                    | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                | Metoda walidacji                    |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Realizuje działania marketingowe                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• automatyzuje komunikację marketingową</li><li>• wykorzystuje potencjał automatyzacji komunikacji</li><li>• personalizuje komunikaty marketingowe pod konkretne grupy odbiorców</li></ul>                                    | Wywiad ustrukturyzowany             |
|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                     | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Prowadzi kampanie marketingowe                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• monitoruje prowadzone działania marketingowe</li><li>• planuje strategie marketingowe</li></ul>                                                                                                                             | Wywiad ustrukturyzowany             |
|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                     | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Posługuje się wiedzą z zakresu współczesnych rozwiązań marketingowych | <ul style="list-style-type: none"><li>• identyfikuje zaawansowane technologie marketingowe</li><li>• charakteryzuje marketing automatyczny</li><li>• omawia sposoby personalizacji reklam</li><li>• śledzi trendy rynkowe i nowe rozwiązania marketingowe</li></ul> | Wywiad ustrukturyzowany             |
|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                     | Obserwacja w warunkach symulowanych |

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

Dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się.

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

Dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

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

Dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

# Program

## PROGRAM

### MODUŁ 1

#### 1. Wprowadzenie do personalizacji doświadczeń klienta

- Definicja personalizacji w kontekście doświadczeń klienta
- Korzyści personalizacji dla biznesu i klientów
- Przegląd kluczowych kanałów komunikacji i ich znaczenie
- Rodzaje personalizacji: content, oferty, rekomendacje

#### 2. Projektowanie spersonalizowanej komunikacji

- Rozumienie profilu klienta: analiza demograficzna, behawioralna i psychograficzna
- Kreowanie treści dostosowanych do różnych etapów ścieżki zakupowej
- Wybór odpowiednich kanałów komunikacji: e-mail, witryna internetowa, media społecznościowe, aplikacje mobilne
- Tworzenie spersonalizowanych treści w różnych formatach
- Automatyzacja procesów komunikacyjnych w wielu kanałach

#### 3. Dynamiczne treści w komunikacji

- Techniczne aspekty dynamicznych treści: personalizacja w oparciu o dane klienta.
- Praktyczne przykłady dynamicznych treści w różnych kanałach.
- Personalizacja w email marketingu:
  - Sposoby i metody personalizacji
  - Personalizacja z wykorzystaniem systemu do marketing automation
  - Obsadzanie dynamicznych treści w email marketingu
  - Zaawansowane reguły w treściach HTML (if / else, loop) praca na snippetach typu jinja i podobne frameworki

#### 4. Segmentacja bazy klientów i leadów

- Definiowanie kluczowych parametrów segmentacji: demografia, zachowania, preferencje
- Definiowanie celów segmentacji i strategii personalizacji dla każdej grupy
- Wybór segmentów docelowych dla różnych kampanii
- Praktyczne przykłady skutecznej segmentacji

#### 5. Pozyskiwanie i wykorzystanie danych do segmentacji i personalizacji

- Źródła danych: ankiety, interakcje online, analiza zachowań
- Zapewnienie zgodności z regulacjami ochrony danych (GDPR, CCPA itp.)
- Narzędzia i techniki pozyskiwania danych klientów

#### 6. Wykorzystanie dodatkowych danych

- Jakie dodatkowe dane możemy wykorzystać i jakie mają zastosowanie w personalizacji na przykładzie „globalnych zmiennych” w jednym z systemów klasy Marketing Automation
- Praktyczne przykłady wykorzystania globalnych zmiennych
- Tworzenie dynamicznych komunikatów z wykorzystaniem zmiennych

#### 7. Planowanie i strategię wdrażania Personalizacji

- Tworzenie planu wdrożenia personalizacji
- Monitorowanie efektywności spersonalizowanych działań
- Wykorzystanie narzędzi analitycznych do mierzenia wskaźników sukcesu
- Doskonalenie strategii personalizacji na podstawie danych

#### 8. Studium przypadku i zadania praktyczne

- Analiza przypadków związanych z personalizacją
- Praktyczne ćwiczenia projektowania spersonalizowanej komunikacji
- Rozwiązywanie problemów związanych z implementacją personalizacji

## **Podsumowanie i dyskusja końcowa**

- Podsumowanie kluczowych punktów omówionych podczas szkolenia
- Możliwość zadawania pytań i wymiany doświadczeń.

## **MODUŁ 2**

### **1. Tworzenie efektywnych kampanii automatycznych**

- Istota automatycznych kampanii i ich rola w strategii marketingowej
- Planowanie kampanii: określenie celów, grup docelowych i przekazu
- Tagowanie kampanii dla lepszej personalizacji i analizy wyników
- Case study: Studium przypadku udanej kampanii automatycznej

### **2. Automatyczne kampanie w różnych typach biznesu**

- Automatyczne kampanie mailingowe w e-commerce: powitalne wiadomości, rekomendacje produktów, powroty do koszyka
- Automatyczna komunikacja w usługach: potwierdzenia rezerwacji, przypomnienia o wizytach
- Automatyzacje w branży B2B

### **3. Zaawansowane kampanie automatyczne**

- Kampanie typu „Welcome” (Drip emails) jako sposób na budowanie relacji od pierwszego kontaktu
- Ratowanie porzuconych procesów przy wykorzystaniu e-mail: przypomnienia i zachęty
- Kampanie post-purchase: podziękowania, oferty powtórne
- Kampanie bring-back i anti-churn: odzyskiwanie klientów i zapobieganie rezygnacjom
- Badanie satysfakcji i ankieta NPS jako narzędzia oceny i doskonalenia kampanii

### **4. Budowanie skutecznej strategii komunikacji automatycznej**

- Wyznaczanie celów strategii: zwiększenie konwersji, budowanie relacji, retencja klientów
- Analiza segmentów klientów: identyfikacja grup docelowych i ich potrzeb
- Personalizacja komunikacji: dostosowanie treści do charakterystyki klientów
- Wybór kanałów komunikacji: e-mail, SMS, powiadomienia push
- Cykl życia klienta: dostosowanie komunikacji do etapów relacji klienta z firmą
- Pomiar skuteczności: wskaźniki sukcesu, analiza danych, optymalizacja strategii.

## **MODUŁ 3**

### **1. Wprowadzenie do technologii marketingowych**

- Definicja i znaczenie wdrażania technologii marketingowych
- Rola technologii w dzisiejszym środowisku biznesowym
- Wyzwania i korzyści związane z wdrażaniem technologii marketingowych
- Przykłady zaawansowanych narzędzi technologicznych wykorzystywanych w marketingu

### **2. Etapy procesu wdrażania technologii marketingowych**

- Diagnozowanie potrzeb: identyfikacja problemów, celów i oczekiwań
- Wybór odpowiednich rozwiązań: analiza dostępnych technologii i narzędzi
- Planowanie wdrożenia: ustalanie harmonogramu, zasobów i zadań
- Wdrażanie i testowanie: praktyczne aspekty implementacji i weryfikacji
- Monitorowanie i optymalizacja: śledzenie efektów i dostosowywanie strategii

### **3. Rynek technologii marketingowych**

- Przegląd rynku technologii marketingowych
- Obecne trendy w obszarze technologii marketingowych
- Zmiany związane z rozwojem AI w kontekście technologii marketingowych

### **4. Wdrożenie technologii marketingowych na przykładzie systemu klasy Marketing Automation**

- Demo narzędzia systemu klasy Marketing Automation

- Wdrażanie narzędzia klasy Marketing Automation w praktyce

## **5. Integracja z istniejącymi procesami marketingowymi**

- Współdziałanie nowych narzędzi z obecnym stackiem technologicznym
- Minimalizowanie zakłóceń i zmaksymalizowanie synergii między procesami
- Rozpoznawanie potencjalnych trudności podczas wdrażania technologii marketingowych

## **6. Monitorowanie efektywności i optymalizacja**

- Określanie wskaźników kluczowych (KPI) do monitorowania
- Analiza danych i raportowanie efektywności
- Gromadzenie, przechowywanie i analiza danych generowanych przez technologie marketingowe

## **7. Studium przypadku i warsztaty praktyczne**

- Analiza realnego przypadku wdrożenia technologii marketingowej (na przykładzie narzędzia do marketing automation)
- Wykorzystywanie analizy danych do podejmowania informowanych decyzji.

### **Informacje techniczne:**

**W trakcie szkolenia online korzystamy z platformy Zoom.** Każdy uczestnik otrzymuje przed szkoleniem link do platformy internetowej (na wskazany adres mailowy), na której znajdować się będzie transmisja online. Uczestnictwo w streamingu nie wymaga żadnych, specjalnych oprogramowań: wystarczy, że komputer jest podłączony do Internetu (należy korzystać z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox lub Safari). Uczestnicy oglądają i słuchają na żywo tego, co dzieje się w sali szkoleniowej oraz śledzą treści wyświetlane na komputerze prowadzącego. Dodatkowo, wszyscy mogą zadawać pytania za pośrednictwem chatu online. W przypadku mniejszych szkoleń uczestnicy mogą przez mikrofon komunikować się z trenerem i innymi uczestnikami kursu. Link do szkolenia online generowany jest przed szkoleniem i ważny jest przez cały czas trwania szkolenia (uczestnik może połączyć się w dowolnym momencie).

### **Podczas szkoleń online wykorzystujemy następujące funkcjonalności:**

#### **1) Praca w grupach (breakout rooms)**

- trener może podzielić uczestników automatycznie lub manualnie
- trener ustala czas trwania pracy w grupach
- pojawia się krótki komunikat na ekranie uczestnika, który informuje, że gospodarz zaprasza do podpokoju
- prowadzący może wysłać wiadomość do wszystkich pokoi jednocześnie, np. z opisem zadania do wykonania.

#### **2) Narzędzia dostępne podczas sesji w breakout rooms:**

- tablica, możliwość pisania mają wszyscy uczestnicy, efekt pracy można zapisać i pokazać w pokoju szkoleniowym, wszystkim uczestnikom szkolenia
- pokazywanie ekranu, każdy uczestnik może udostępnić swój ekran
- chat
- użytkownik pracujący w pokoju, może w dowolnym momencie zaprosić prowadzącego do pokoju grupowego.

### **Czas trwania:**

Szkolenie trwa **24 godziny dydaktyczne** (tj. 45 minut).

### **Walidacja:**

W trakcie szkolenia przeprowadzana będzie walidacja w formie wywiadu ustrukturyzowanego oraz obserwacji w warunkach symulowanych.

Osoba walidująca waliduje usługę po jej zakończeniu, w oparciu o checklistę od trenera, a następnie potwierdza osiągnięcie efektów kształcenia swoim podpisem na certyfikacie.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 25

| Przedmiot /<br>temat zajęć                                                                                             | Prowadzący   | Data realizacji<br>zajęć | Godzina<br>rozpoczęcia | Godzina<br>zakończenia | Liczba godzin | Forma<br>stacjonarna |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------|------------------------|------------------------|---------------|----------------------|
| <div>1 z 25</div> Wprowadzenie do personalizacji doświadczeń klienta-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat                  | Michał Korba | 30-09-2024               | 09:30                  | 10:15                  | 00:45         | Tak                  |
| <div>2 z 25</div> Projektowanie spersonalizowanej komunikacji-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat                         | Michał Korba | 30-09-2024               | 10:15                  | 11:15                  | 01:00         | Tak                  |
| <div>3 z 25</div> Przerwa                                                                                              | Michał Korba | 30-09-2024               | 11:15                  | 11:30                  | 00:15         | Tak                  |
| <div>4 z 25</div> Dynamiczne treści w komunikacji; Segmentacja bazy klientów i leadów-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat | Michał Korba | 30-09-2024               | 11:30                  | 12:15                  | 00:45         | Tak                  |
| <div>5 z 25</div> Pozyskiwanie i wykorzystanie danych do segmentacji i personalizacji-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat | Michał Korba | 30-09-2024               | 12:15                  | 13:00                  | 00:45         | Tak                  |
| <div>6 z 25</div> Przerwa                                                                                              | Michał Korba | 30-09-2024               | 13:00                  | 13:45                  | 00:45         | Tak                  |

| Przedmiot /<br>temat zajęć                                                                                                            | Prowadzący   | Data realizacji<br>zajęć | Godzina<br>rozpoczęcia | Godzina<br>zakończenia | Liczba godzin | Forma<br>stacjonarna |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------|------------------------|------------------------|---------------|----------------------|
| <div>7 z 25</div> Wykorzystanie dodatkowych danych; Planowanie i strategię wdrażania Personalizacji -ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat | Michał Korba | 30-09-2024               | 13:45                  | 15:30                  | 01:45         | Tak                  |
| <div>8 z 25</div> Przerwa                                                                                                             | Michał Korba | 30-09-2024               | 15:30                  | 15:45                  | 00:15         | Tak                  |
| <div>9 z 25</div> Studium przypadku i zadania praktyczne; Podsumowanie i dyskusja końcowa-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat            | Michał Korba | 30-09-2024               | 15:45                  | 17:00                  | 01:15         | Tak                  |
| <div>10 z 25</div> Tworzenie efektywnych kampanii automatycznych-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat                                     | Michał Korba | 01-10-2024               | 09:30                  | 11:15                  | 01:45         | Tak                  |
| <div>11 z 25</div> Przerwa                                                                                                            | Michał Korba | 01-10-2024               | 11:15                  | 11:30                  | 00:15         | Tak                  |
| <div>12 z 25</div> Automatyczne kampanie w różnych typach biznesu-ćwiczenia, rozmowa na żywo, cha                                     | Michał Korba | 01-10-2024               | 11:30                  | 13:00                  | 01:30         | Tak                  |
| <div>13 z 25</div> Przerwa                                                                                                            | Michał Korba | 01-10-2024               | 13:00                  | 13:45                  | 00:45         | Tak                  |

| Przedmiot /<br>temat zajęć                                                                                                 | Prowadzący   | Data realizacji<br>zajęć | Godzina<br>rozpoczęcia | Godzina<br>zakończenia | Liczba godzin | Forma<br>stacjonarna |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------|------------------------|------------------------|---------------|----------------------|
| 14 z 25<br>Zaawansowa<br>ne kampanie<br>automatyczne<br>-ćwiczenia,<br>rozmowa na<br>żywo, chat                            | Michał Korba | 01-10-2024               | 13:45                  | 15:30                  | 01:45         | Tak                  |
| 15 z 25<br>Przerwa                                                                                                         | Michał Korba | 01-10-2024               | 15:30                  | 15:45                  | 00:15         | Tak                  |
| 16 z 25<br>Budowanie<br>skutecznej<br>strategii<br>komunikacji<br>automatyczne<br>j-ćwiczenia,<br>rozmowa na<br>żywo, chat | Michał Korba | 01-10-2024               | 15:45                  | 17:00                  | 01:15         | Tak                  |
| 17 z 25<br>Wprowadzeni<br>e do<br>technologii<br>marketingowy<br>ch-ćwiczenia,<br>rozmowa na<br>żywo, chat                 | Michał Korba | 02-10-2024               | 09:30                  | 10:00                  | 00:30         | Tak                  |
| 18 z 25 Etapy<br>procesu<br>wdrażania<br>technologii<br>marketingowy<br>ch-ćwiczenia,<br>rozmowa na<br>żywo, chat          | Michał Korba | 02-10-2024               | 10:00                  | 11:15                  | 01:15         | Tak                  |
| 19 z 25<br>Przerwa                                                                                                         | Michał Korba | 02-10-2024               | 11:15                  | 11:30                  | 00:15         | Tak                  |
| 20 z 25 Rynek<br>technologii<br>marketingowy<br>ch-ćwiczenia,<br>rozmowa na<br>żywo, chat                                  | Michał Korba | 02-10-2024               | 11:30                  | 12:15                  | 00:45         | Tak                  |



| Przedmiot /<br>temat zajęć                                                                                                                         | Prowadzący   | Data realizacji<br>zajęć | Godzina<br>rozpoczęcia | Godzina<br>zakończenia | Liczba godzin | Forma<br>stacjonarna |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------|------------------------|------------------------|---------------|----------------------|
| <div>21 z 25</div> Wdrożenie technologii marketingowych na przykładzie systemu klasy Marketing Automation-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat         | Michał Korba | 02-10-2024               | 12:15                  | 13:00                  | 00:45         | Tak                  |
| <div>22 z 25</div> Przerwa                                                                                                                         | Michał Korba | 02-10-2024               | 13:00                  | 13:45                  | 00:45         | Tak                  |
| <div>23 z 25</div> Integracja z istniejącymi procesami marketingowymi; Monitorowanie efektywności i optymalizacja-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat | Michał Korba | 02-10-2024               | 13:45                  | 15:30                  | 01:45         | Tak                  |
| <div>24 z 25</div> Przerwa                                                                                                                         | Michał Korba | 02-10-2024               | 15:30                  | 15:45                  | 00:15         | Tak                  |
| <div>25 z 25</div> Studium przypadku i warsztaty praktyczne-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat                                                       | Michał Korba | 02-10-2024               | 15:45                  | 17:00                  | 01:15         | Tak                  |

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 3 874,50 PLN |

|                                          |              |
|------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 3 150,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                | 161,44 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                 | 131,25 PLN   |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Michał Korba

Michał jest absolwentem Politechniki Lubelskiej - kierunek Marketing.

Co-founder w User.com, ekspert marketing automation, szkoleniowiec w [sprawnymarketing.pl](https://sprawnymarketing.pl), pasjonat i teoretyk Internetu, praktyk e-marketingu, wykładowca na kierunku marketing internetowy w krakowskiej AGH – przedmiot „Growth Hacking”.

W branży marketingowej pracuje od ponad 19 lat. Zna zarówno perspektywę pracy w agencji reklamowej (7 lat jako szef działu digital) oraz specyfikę pracy w dziale marketingu. Przedsiębiorca internetowy, rozumie, co to znaczy „robić marketing przy ograniczonych zasobach”.

Mówca na wielu konferencjach m.in.: Websummit, SaaStock, Infoshare.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy z uczestników otrzyma komplet materiałów szkoleniowych w formie skryptu.

### Informacje dodatkowe

Harmonogram godzinowy szkolenia każdorazowo dostosowywany jest do grupy szkoleniowej.

Godziny realizacji poszczególnych modułów szkolenia mogą ulec zmianie.

## Warunki techniczne

### Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

Do realizacji szkoleń online korzystamy z platformy Zoom. Każdy uczestnik otrzymuje przed szkoleniem link do platformy internetowej (na wskazany adres mailowy), na której znajdować się będzie transmisja online. Uczestnictwo w streamingu nie wymaga żadnych, specjalnych oprogramowań: wystarczy, że komputer jest podłączony do Internetu (należy korzystać z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox lub Safari). Uczestnicy oglądają i słuchają na żywo tego, co dzieje się w sali szkoleniowej oraz śledzą treści wyświetlane

na komputerze prowadzącego. Dodatkowo, wszyscy mogą zadawać pytania za pośrednictwem chatu online. W przypadku mniejszych szkoleń uczestnicy mogą przez mikrofon komunikować się z trenerem i innymi uczestnikami kursu. Link do szkolenia online generowany jest przed szkoleniem i ważny jest przez cały czas trwania szkolenia (uczestnik może połączyć się w dowolnym momencie).

**Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji:** Dwurdzeniowy procesor Intel Core i5 2,5 GHz i wyższy.

**Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik:** pobieranie: 10 Mb/s, wysyłanie: 5 Mb/s.

**Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów:** Nie trzeba pobierać oprogramowania. Aby wziąć udział w szkoleniu online potrzebny jest komputer, laptop, telefon lub tablet ze stabilnym internetem i bez blokad firmowych.

**Podczas szkoleń online wykorzystujemy następujące funkcjonalności:**

1) Praca w grupach (breakout rooms)

- trener może podzielić uczestników automatycznie lub manualnie
- trener ustala czas trwania pracy w grupach
- pojawia się krótki komunikat na ekranie uczestnika, który informuje, że gospodarz zaprasza do podpokoju
- prowadzący może wysłać wiadomość do wszystkich pokoi jednocześnie, np. z opisem zadania do wykonania.

2) Narzędzia dostępne podczas sesji w breakout rooms:

- tablica, możliwość pisania mają wszyscy uczestnicy, efekt pracy można zapisać i pokazać w pokoju szkoleniowym, wszystkim uczestnikom szkolenia
- pokazywanie ekranu, każdy uczestnik może udostępnić swój ekran
- czat
- użytkownik pracujący w pokoju, może w dowolnym momencie zaprosić prowadzącego do pokoju grupowego.

**Usługa jest nagrywana na potrzeby ewentualnej kontroli.**

**W związku z tym, prosimy o włączenie kamery na czas udziału w szkoleniu. Dziękujemy.**

## Adres

al. Armii Ludowej 26  
00-609 Warszawa  
woj. mazowieckie

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami
- W budynku znajduje się: parking dla rowerów, poczta, restauracja, firma kurierska, kiosk.

# Kontakt



**Zuzanna Stępień**

**E-mail** [zuzanna.stepien@pl.ey.com](mailto:zuzanna.stepien@pl.ey.com)

**Telefon** (+48) 510 201 314