



Politechnika
Białostocka



Studia Podyplomowe: Marketing Internetowy, edycja 2024/25

Numer usługi 2024/09/08/7712/2298121

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

📖 Studia podyplomowe

🕒 238 h

📅 12.10.2024 do 30.06.2025

8 600,00 PLN brutto

8 600,00 PLN netto

36,13 PLN brutto/h

36,13 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Internet
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<p>Studia kierowane są zarówno do osób zajmujących stanowiska kierownicze, przedsiębiorców i właścicieli firm, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę o zagadnienia związane z wykorzystaniem narzędzi e-marketingowych w zarządzaniu, budowie strategii i planowaniu nowych form świadczenia usług oraz reklamy, jak i pozostałych osób, które chcą zdobyć nową lub poszerzyć swoją wiedzę na temat mechanizmów i narzędzi marketingu internetowego.</p> <p>Studia kierowane są w szczególności do:</p> <ul style="list-style-type: none">- wszystkich, dla których ważna jest budowa wizerunku marki, zaangażowania oraz pozyskiwanie klientów;- kierowników działu marketingu, dyrektorów zarządzających, specjalistów ds. marketingu online;- właścicieli małych i średnich firm, freelancerów, pasjonatów, blogerów. <p>Jeżeli poznasz zasady nim rządzące i najnowsze narzędzia – będziesz cennym nabytkiem każdej firmy, która chce prowadzić profesjonalne działania marketingowe w Internecie.</p>
Minimalna liczba uczestników	30
Maksymalna liczba uczestników	34
Data zakończenia rekrutacji	31-10-2024

Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	238
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 742, z późn. zm.)
Zakres uprawnień	STUDIA PODYPLOMOWE

Cel

Cel edukacyjny

Usługa potwierdza przygotowanie do wykorzystywania nowych mediów w prowadzeniu biznesu, pracy zawodowej czy realizowaniu swojej pasji. Pomagają zrozumieć czym się różni tworzenie treści od strategii komunikacji i strategii marketingowej. Uczy jak zaplanować kreatywną kampanię w Internecie. Pozwala nauczyć się jak planować działania marketingowe i kreatywne kampanie w Internecie, prowadzić działania w mediach społecznościowych i skutecznie zwrócić uwagę klientów na swoją markę.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
zna i rozumie wybrane pojęcia i metody związane z marketingiem internetowym, Public Relations, mediami społecznościowymi i biznesem elektronicznym.	Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem	Prezentacja
zna i rozumie wybrane pojęcia dotyczące nowych mediów, narzędzi, budowania strategii i planowania kampanii, e-commerce, komunikacji i realizacji projektów internetowych oraz wizerunku marki.	Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem	Prezentacja
zna i rozumie pojęcia dotyczące projektowania Web Design, narzędzi graficznych oraz wytycznych w zakresie projektowania User Experience i rozwiązań mobile.	Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem	Prezentacja
zna i rozumie analizy wymagań, strategii, zarządzania projektem internetowym i wykorzystania narzędzi monitorowania i analityki, SEM/SEO.	Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>zna i rozumie wybrane zagadnienia dziennikarstwa internetowego i blogosfery, content marketingu, e-mail marketingu, video oraz działań w innych kanałach social mediów.</p> <p>zna i rozumie ideę, sposób działania rynku nowych mediów i orientuje się w wykorzystaniu wybranych narzędzi internetowych do monitorowania, prowadzenia analiz, projektowania interfejsów i założeń, także mobile.</p>	<p>Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem</p> <p>Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem</p>	<p>Prezentacja</p> <p>Prezentacja</p>
<p>potrafi wykorzystać w pracy marketera wybrane pojęcia i narzędzia związane z marketingiem internetowym, Public Relations, mediami społecznościowymi i biznesem elektronicznym.</p>	<p>Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
<p>potrafi przeprowadzić wybrane działania w obszarze nowych mediów, narzędzi, e-commerce, komunikacji i realizacji projektów internetowych, wizerunku marki, budowania strategii i planowania kampanii samodzielnie i w zespole.</p>	<p>Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
<p>potrafi wykorzystywać wybrane narzędzia i zdobytą wiedzę w projektowaniu Web Design z wykorzystaniem narzędzi graficznych oraz wytycznych w zakresie projektowania User Experience i rozwiązań mobile oraz rozwijać tą umiejętność</p>	<p>Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
<p>potrafi operować narzędziami dotyczącymi analizy wymagań, budowania strategii, zarządzania projektem internetowym i wykorzystania narzędzi monitorowania i analityki, SEM/SEO.</p>	<p>Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
<p>potrafi posługiwać się warsztatem media managera i twórcy treści wykorzystaniem wiedzy z zakresu dziennikarstwa internetowego i blogosfery, content marketingu, e-mail marketingu, video oraz działań w innych kanałach social mediów oraz rozwijać te umiejętności.</p>	<p>Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
potrafi używać wybranych narzędzi internetowych do monitorowania, prowadzenia analiz, projektowania interfejsów i założeń, także mobile.	Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
jest gotów do rozwiązywania problemów w sposób poznawczy i praktyczny	Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
jest gotów do wejścia na rynek pracy jako Junior Social Media Manager	Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia roli zawodowej zgodnie z zasadami etyki oraz dbałością o dorobek zawodu	Wykład: test przeprowadzony w systemie e-learningowym Pracownia specjalistyczna: zaliczenie projektem	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 5. Czy dokument jest certyfikatem, dla którego wypracowano system walidacji i certyfikowania efektów uczenia się na poziomie międzynarodowym?

[Podstawy marketingu internetowego | Google] <https://skillshop.exceedlms.com/student/collection/796504-digital-marketing?locale=pl>

Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów	uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację	Politechnika Białostocka
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak
Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego	Google Alphabet Inc
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Nie

Program

Podczas studiów dowiesz się, na czym polega prowadzenie działań marketingowych w Internecie. Zdobyta wiedza pomoże Ci w realizacji nowych przedsięwzięć oraz budowaniu wizerunku marki. Pod okiem ekspertów z całej Polski nauczysz się jak:

- Planować działania marketingowe i kreatywne kampanie w Internecie
- Prowadzić działania w mediach społecznościowych
- Samodzielnie korzystać z nowoczesnych narzędzi marketingowych
- Skutecznie zwrócić uwagę klientów na swoją markę
- Prawidłowo budować współpracę ze specjalistycznymi agencjami.

Studia trwają dwa semestry.

Plan studiów obejmuje 238 godzin zajęć i dotyczy następujących zagadnień:

I SEMESTR

1. Komunikacja w nowych mediach(wykład/ćwiczenia:12h/4h)
2. Strategia i budowanie marki (wykład/ćwiczenia:20h/4h)
3. Marketing Treści - Webwriting i kreacja (wykład/ćwiczenia:10h/8h)
4. Internet jako pole badań (wykład/ćwiczenia/pracownia:4h/8h/4h)
5. Zarządzanie biznesem w Internecie (wykład/ćwiczenia:16h/8h)
6. Serwisy WWW - Rodzaje i przeznaczenie (wykład/ćwiczenia/pracownia:4h/4h/8h)
7. Pozyskiwanie ruchu w Internecie(wykład/pracownia:12h/8h)

II SEMESTR

1. Storytelling i twórcy internetowi(wykład/ćwiczenia:16h/16h)
2. Biznes w Internecie - Prawo i planowanie(wykład/ćwiczenia/pracownia:12h/12h/4h)
3. Komunikacja Mobile i User Experience(wykład/ćwiczenia:12h/8h)
4. Kampanie - Działania płatne w Internecie(wykład/ćwiczenia:16h/4h)
5. Projekt zaliczeniowy (ćwiczenia:4h)

Zajęcia realizowane są w systemie niestacjonarnym. Program przewiduje 9-10 dwudniowych zjazdów w semestrze (sobota-niedziela). Podczas każdego zjazdu zaplanowane jest średnio po 16 godzin dydaktycznych (lekcyjnych) odbywających się w godzinach 9 – 18.

Poniższy harmonogram zjazdów zawiera tylko ramy czasowe zajęć, a nie godziny zajęć konkretnych zajęć. Konkretnie godziny będzie określać liczba grup, której na dzień dzisiejszy nie znamy. W zależności od tego czy będzie to jedna grupa, czy dwie grupy pracowni, godziny zajęć będą różne. Ponadto, harmonogram zjazdów zawiera tylko ramy czasowe zajęć, a nie godziny zajęć konkretnych zajęć. Harmonogram obejmuje także przerwy obiadowe, okienka pomiędzy zajęciami, w przypadku, kiedy zajęcia będą odbywać się w dwóch grupach, termin rezerwowy (na wypadek odrabiania zajęć). Tym samym podsumowanie godzin w poniższym harmonogramie jest nieistotne. Liczba godzin usługi to 238h lekcyjnych jak podano w nagłówku usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 40

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 1	12-10-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
2 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 1	13-10-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
3 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 2	26-10-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
4 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 2	27-10-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
5 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 3	16-11-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
6 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 3	17-11-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
7 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 4	23-11-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
8 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 4	24-11-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
9 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 5	07-12-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
10 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 5	08-12-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
11 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 6	14-12-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
12 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 6	15-12-2024	09:00	18:00	09:00	Tak
13 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 7	11-01-2025	09:00	18:00	09:00	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
14 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 7	12-01-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
15 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 8	18-01-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
16 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 8	19-01-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
17 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 9	15-02-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
18 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 9	16-02-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
19 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 10	22-02-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
20 z 40 semestr zimowy 01 - zjazd 10	23-02-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
21 z 40 semestr letni 02 - zjazd 1	08-03-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
22 z 40 semestr letni 02 - zjazd 1	09-03-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
23 z 40 semestr letni 02 - zjazd 2	22-03-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
24 z 40 semestr letni 02 - zjazd 2	23-03-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
25 z 40 semestr letni 02 - zjazd 3	29-03-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
26 z 40 semestr letni 02 - zjazd 3	30-03-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
27 z 40 semestr letni 02 - zjazd 4	12-04-2025	09:00	18:00	09:00	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
28 z 40 semestr letni 02 - zjazd 4	13-04-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
29 z 40 semestr letni 02 - zjazd 5	26-04-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
30 z 40 semestr letni 02 - zjazd 5	27-04-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
31 z 40 semestr letni 02 - zjazd 6	10-05-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
32 z 40 semestr letni 02 - zjazd 6	11-05-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
33 z 40 semestr letni 02 - zjazd 7	24-05-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
34 z 40 semestr letni 02 - zjazd 7	25-05-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
35 z 40 semestr letni 02 - zjazd 8	07-06-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
36 z 40 semestr letni 02 - zjazd 8	08-06-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
37 z 40 semestr letni 02 - zjazd 9	14-06-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
38 z 40 semestr letni 02 - zjazd 9	15-06-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
39 z 40 semestr letni 02 - zjazd 10	28-06-2025	09:00	18:00	09:00	Tak
40 z 40 semestr letni 02 - zjazd 10	29-06-2025	09:00	18:00	09:00	Tak

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	8 600,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	8 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	36,13 PLN
Koszt osobogodziny netto	36,13 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 5



1 z 5

Paweł Tkaczyk

Ekspert nowoczesnego branding, praktyk social media, od ponad 10 lat pomaga firmom tworzyć silne marki dla ich produktów i usług. Autor dwóch bestsellerowych (1. miejsce na liście OnePress) książek marketingowych: „Zakamarki marki” oraz „Grywalizacja”. W kwietniu 2012 roku otrzymał tytuł Człowieka Roku Polskiego Marketingu (a „Zakamarki marki” tytuł Marketingowej Książki Roku) w ogólnopolskim plebiscyie Śląskiego Towarzystwa Marketingowego.

Właściciel agencji brandingowej MIDEA, z którą tworzy projekty dla takich firm jak Agora (rebranding portalu Gazeta.pl i pod-marek), Diners Club czy Lukas Bank. Absolwent MBA, dziś sam staje po drugiej stronie katedry prowadząc szkolenia z zakresu branding, marketingu, social media. Doradza startupom jako mentor w programach Startup Weekend czy iNKubator. Z jego wiedzy korzystają często mass media – na stałe współpracuje z „Briefem”, „Marketing w praktyce”, wywiady ukazywały się w „Polityce”, „Forbesie”, „Wprost” czy „Gazecie Wyborczej”.

Absolwent MBA na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu i University of Limerick w Irlandii. Prowadzi wykłady i szkolenia w ramach współpracy z firmami w całej Polsce. Wśród jego klientów są m.in. Akademia im. Leona Koźmińskiego w Warszawie, Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu... Firmy, które szkolił to m.in. Credit Agricole, Citibank, Sanofi Aventis czy Hama. Prowadził zajęcia w poprzedniej edycji na Studiach Podyplomowych.



2 z 5

Paweł Stempniak

Planowaniem komunikacji w internecie zajmuje się od ponad 7 lat. Przygotowuje strategie mające na celu zbliżenie konsumentów i marek w nowych mediach. A następnie zajmuje się ich wdrożeniem.

Od 2 lat rozwija własną firmę – Whitebits.pl – oferującą rozwiązania i wiedzę dla MSP, korporacji, agencji i instytucji w obszarze nowych mediów. Whitebits.pl odpowiada całościowo za obecność marki PEUGEOT POLSKA w social media. Współpracuje także z Ghelamco oraz EY. Zajmował stanowiska Head of Social Media w Euro RSCG (Havas), Dyrektora Strategii (Ciszewski MSL) i

Interactive Solutions Manager (Infinity Group).

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

W zakresie komunikacji w nowych mediach przeszkolił ponad 400 osób z administracji państwowej i biznesu. Prowadzi zajęcia na studiach podyplomowych PR na Polskiej Akademii Nauk.



3 z 5

Kamil Kozieł

Założyciel IT School i Prezart oraz partner w ORA-600. Trener z ponad 10 letnim doświadczeniem, skuteczny menedżer i wysoko oceniany mówca. Ortodoksyjny zwolennik kreatywności w sztuce prezentacji, w której korzysta z technik stosowanych przez aktorów, stand-uperów oraz designerów. Wykładał na studiach podyplomowych prowadzonych przez SGH w Warszawie, WSB i UE w Poznaniu. Pracował dla ponad 700 Klientów, których, jak twierdzi, kocha nad życie. Sporo zawdzięcza takim firmom jak: Unilever, Carlsberg i Man. Regularnie występuje na branżowych konferencjach. Wychodzi z założenia, że najlepsze decyzje płyną z doświadczenia. Doświadczenie natomiast płynie ze złych decyzji.



4 z 5

Tomasz Misiukiewicz

Od ponad 10 lat zajmuje się komunikacją wizualną i reklamową. W 2013 roku dołączył do warszawskiego oddziału sieciowej agencji VML. Tu, jako Creative Group Head, zarządzał kilkunastoosobowym zespołem i projektami dla takich marek jak: Orange, Lays (Polska i Europa) czy Tic Tac (globalnie). W 2017 z ramienia Saatchi&Saatchi tworzył komunikację dla IKEA i Jacobs. Obecnie, współzałożyciel agencji holistycznej Przestrzeń. Laureat wielu nagród branżowych, w tym: EFFIE, KTR, Young Creatives, MIXX Awards. W wolnych chwilach ciągle coś robi: animuje, fotografuje czy konstruuje interaktywne instalacje. Marzy o domu na wsi i własnej kosiarce do trawy.
<https://www.linkedin.com/in/tomaszmisiukiewicz/>



5 z 5

Marta Rogalewska

Project manager, strateg marketingowy, analityk i konsultant biznesowy. Współzałożycielka dwóch agencji kreatywno-technologicznych i współtwórczyni marki szkoleniowej Gold&Finch. Związana z branżą interaktywną od 2006. Opracowywała strategie oraz koordynowała realizację wdrożeń technologicznych i działań marketingowych dla takich marek jak Red Bull, Jim Beam, EY, Credit Agricole, Citi, Hasbro, Elastic Cloud Solutions i wielu innych. Przez 4 lata manager operacyjny największego w Europie festiwalu tanecznego.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dydaktyczne dla uczestników posiadają formę elektroniczną prezentacji w plikach PDF oraz dokumentów w formatach najpopularniejszych edytorów tekstów i arkuszy kalkulacyjnych.

Warunki uczestnictwa

Po zapisaniu się na usługę kandydat na szkolenie powinien złożyć dokumenty w formie online za pomocą strony

https://irk2.uci.pb.edu.pl/pl/offer/STUDIA_PODYPL_2024_2025/programme/MI_WI_2024_2025/

W razie jakichkolwiek pytań prosimy kontakt z biurem studiów podyplomowych Wydziału Informatyki, tel. 85 746 90 99, kom. 789 284 909

Informacje dodatkowe

Minimalna liczba osób, dla której jest uruchamiany kierunek to 30 (łącznie kandydatów studiów podyplomowych i kursu). Zajęcia dla słuchaczy studiów i kursantów odbywają się wspólnie. Wspólny jest program, liczba godzin i prowadzący. W przypadku mniejszej liczby kandydatów decyzję o uruchomieniu szkolenia podejmuje Dziekan.

LIMIT MIEJSC - 34 słuchaczy. W przypadku większej liczby kandydatów decyzję o uruchomieniu dodatkowych grup podejmuje Dziekan.

Z uwagi na ograniczoną liczbę miejsc, o przyjęciu decyduje kolejność zgłoszeń.

Warunki techniczne

- posiadanie komputera/laptopa z wyposażeniem w kamerę internetową i mikrofon;
- posiadania łącza internetowego o prędkości minimum 10 Mbps;

Adres

ul. Wiejska 45A
15-351 Białystok
woj. podlaskie

Politechnika Białostocka
Wydział Informatyki
ul. Wiejska 45A, 15-351 Białystok

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Paweł Tadejko

E-mail p.tadejko@pb.edu.pl

Telefon (+48) 504 142 530