



Digital Marketing
Krzysztof Szymak

★★★★★ 4,9 / 5
267 ocen

Green Marketing Basics: Social Media – skuteczne i odpowiedzialne strategie marketingowe oraz praktyczne wykorzystanie AI w social media. Budowanie świadomości marki w duchu zrównoważonego rozwoju. Szkolenie.

Numer usługi 2025/07/10/163842/2869262

📍 Rybnik / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 29.09.2025 do 30.09.2025

4 944,00 PLN brutto

4 944,00 PLN netto

309,00 PLN brutto/h

309,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Internet

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób, które rozpoczynają swoją przygodę z marketingiem w mediach społecznościowych i chcą z własnej inicjatywy zdobyć podstawową wiedzę oraz praktyczne umiejętności w zakresie skutecznej promocji marek, produktów i usług w duchu zrównoważonego rozwoju.

Usługa szkoleniowa dedykowana jest szczególnie dla osób chcących rozwijać swoje kompetencje cyfrowe oraz zielone, a także dla tych, którzy chcą świadomie wykorzystywać narzędzia social media do budowania odpowiedzialnych strategii marketingowych, minimalizujących negatywny wpływ na środowisko.

Grupą docelową szkolenia są również osoby związane z sektorem zielonej gospodarki, które chcą nauczyć się, jak promować marki zgodne z wartościami ekologicznymi oraz jak stosować etyczne i transparentne praktyki komunikacyjne w cyfrowym marketingu. Szkolenie będzie odpowiednie zarówno dla osób planujących rozwój zawodowy w sektorze marketingu, jak i dla przedsiębiorców czy twórców internetowych.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

28-09-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa przygotowuje do samodzielnego planowania i realizowania skutecznych strategii marketingowych w mediach społecznościowych, z uwzględnieniem zasad etycznej i zrównoważonej komunikacji cyfrowej. Uczestnicy nauczą się tworzyć angażujące, wartościowe treści, dostosowane do różnych platform oraz ich algorytmów, a także poznają metody ekologicznego i odpowiedzialnego zarządzania social mediami, które minimalizują ślad węglowy działań marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje podstawowe pojęcia związane z marketingiem w mediach społecznościowych i green marketingiem.	Definiuje i wyjaśnia kluczowe terminy związane z marketingiem w social media, takie jak: algorytm, targetowanie, grupa docelowa, content marketing, story telling, CTA, organic vs. paid reach, influencer marketing, UGC, viral, Meta.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje podstawowe pojęcia związane z zielonym marketingiem, w tym: greenwashing, ESG, etyczna konsumpcja, ślad węglowy cyfrowych treści, zero waste marketing.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Identyfikuje zasady odpowiedzialnego marketingu w mediach społecznościowych w kontekście zrównoważonego rozwoju.	Wyjaśnia pojęcie zrównoważonego marketingu i jego znaczenie dla strategii marki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje kluczowe zasady etycznej komunikacji i ograniczania greenwashingu w social media.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje przykłady kampanii promujących odpowiedzialne praktyki biznesowe.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy angażujące treści w social media, które promują wartości zrównoważonego rozwoju.	Opracowuje plan komunikacji oparty na autentycznych wartościach ekologicznych marki.	Analiza dowodów i deklaracji
	Tworzy posty, które łączą przekaz marketingowy z edukacją ekologiczną.	Analiza dowodów i deklaracji
	Dostosowuje ton i format treści do różnych platform, zgodnie z zasadami skutecznego storytellingu.	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje zoptymalizowane treści do mediów społecznościowych z wykorzystaniem narzędzi AI.	Dobiera odpowiednie narzędzia AI do generowania treści wizualnych i tekstowych (np. ChatGPT, Canva AI, Jasper, MidJourney).	Analiza dowodów i deklaracji
	Projektuje zoptymalizowane treści do mediów społecznościowych z wykorzystaniem narzędzi AI.	Analiza dowodów i deklaracji
	Optymalizuje wygenerowane treści pod kątem grupy docelowej oraz algorytmów social media.	Analiza dowodów i deklaracji
Opisuje sposoby wspierania przez AI efektywnego procesu zarządzania treściami w social mediach.	Modyfikuje treści wygenerowane przez AI w celu nadania im autentyczności i spójności z wartościami marki.	Analiza dowodów i deklaracji
	Charakteryzuje mechanizmy automatyzacji postów i personalizacji komunikacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje sposoby ograniczania nadprodukcji treści i minimalizacji śladu węglowego dzięki AI.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Identyfikuje działania angażujące społeczność online wokół wartości ekologicznych i zrównoważonego rozwoju.	Opisuje kampanie, które inspirują odbiorców do proekologicznych działań.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wymienia interaktywne formaty (np. ankiety, wyzwania, live'y), które mają na celu zwiększenie zaangażowania społeczności.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje rolę social mediów w budowaniu strategii marketingowej marki.	Wyjaśnia, jak social media wpływają na budowanie rozpoznawalności marki i jej zaangażowanie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Określa, jakie platformy social media najlepiej wspierają różne typy biznesów.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opisuje zasady skutecznej strategii content marketingowej i jej wpływ na zaangażowanie odbiorców.	Wyjaśnia, czym jest strategia contentowa i jak dostosować treści do potrzeb odbiorców.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wymienia metody oceny skuteczności strategii contentowej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy skuteczne, energooszczędne kampanie reklamowe w social media, optymalizując budżet i targetowanie.	Tworzy kampanie reklamowe krok po kroku, uwzględniając cele marketingowe i grupy docelowe.	Analiza dowodów i deklaracji
	Optymalizuje kampanie reklamowe, monitorując wyniki i dostosowując budżet do efektywności działań.	Analiza dowodów i deklaracji
Opisuje znaczenie współpracy w grupie w planowaniu strategii dla social media.	Identyfikuje kluczowe elementy skutecznej współpracy w zespołowym tworzeniu treści do social media.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wymienia zasady produktywnej komunikacji w pracy zespołowej przy planowaniu działań marketingowych w Internecie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje rolę komunikacji interpersonalnej w działaniach zespołowych w mediach społecznościowych.	Opisuje znaczenie jasnego przekazu i feedbacku w pracy zespołowej nad treściami do social media.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Określa wpływ skutecznej komunikacji na efektywność realizacji projektów w mediach społecznościowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

TAK

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

TAK

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

Program

Szkolenie: **"Green Marketing Basics: Social Media – skuteczne i odpowiedzialne strategie marketingowe oraz praktyczne wykorzystanie AI w social media. Budowanie świadomości marki w duchu zrównoważonego rozwoju"** jest dedykowane dla osób, które chcą zdobyć wiedzę i umiejętności na temat **odpowiedzialnego marketingu** w mediach społecznościowych i skutecznie wykorzystać je do **budowania świadomości marki w duchu zrównoważonego rozwoju**. Program szkolenia łączy zasady marketingu ekologicznego z praktycznymi umiejętnościami tworzenia i realizowania efektywnych kampanii w social media, uwzględniając potrzeby współczesnych, świadomych konsumentów.

Uczestnicy dowiedzą się, **jak tworzyć strategie marketingowe**, które **promują odpowiedzialność społeczną i ekologiczną**. Program szkolenia zwraca uwagę na kluczowe zasady dotyczące komunikacji w mediach społecznościowych, które minimalizują negatywny wpływ na środowisko, a także eliminują ryzyko greenwashingu.

W trakcie zajęć uczestnicy będą mieli okazję poznać **narzędzia i techniki** pomagające w **budowaniu wizerunku marki w zgodzie z wartościami zrównoważonego rozwoju**. Uczestnicy poznają również **narzędzia AI**, które **wspomagają proces planowania i optymalizacji kampanii** w social media. Dowiedzą się, jak sztuczna inteligencja może pomóc **w analizie danych, automatyzacji publikacji treści oraz personalizacji komunikatów marketingowych**, co pozwala na bardziej efektywne dotarcie do świadomych ekologicznie odbiorców.

Zakres tematyczny usługi szkoleniowej jest spójny z tematyką wynikającą z Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego 2030 oraz Programu Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego na lata 2019-2030 (Obszar technologiczny: Technologie Informacyjne).

Zakres szkolenia i kompetencje, które nabędzie uczestnik są zielone na podstawie bazy danych ESCO – wykazu przykładowych zielonych umiejętności opracowanych przez KE w ramach klasyfikacji ESCO:

Zakres szkolenia pozwala m.in.: poruszać tematy problematyki środowiskowej, promować zrównoważony rozwój, wzbudzać pasję do przyrody, angażować innych w zachowania przyjazne dla środowiska; tworzyć i zarządzać kampanie reklamowe, promujące zrównoważone praktyki, które edukują o oszczędzaniu energii i minimalizowaniu zużycia zasobów; edukować w zakresie ekologicznych przepisów i zasad zgodności środowiskowej, istotnych w procesie prowadzenia social mediów czy tworzenia kampanii reklamowych; omawiać kluczowe kwestie związane z ochroną środowiska, takie jak: korzystanie ze źródeł energii odnawialnej, techniki minimalizowania zużycia zasobów oraz śladu węglowego - w sposób angażujący i informacyjny; promować zrównoważony rozwój poprzez skuteczne wykorzystanie narzędzi cyfrowych do szerzenia świadomości ekologicznej i zmiany nawyków konsumenckich.

Szkolenie poprzez swój zakres tematyczny oraz rozbudowaną część warsztatową wpłynie pozytywnie na poziom umiejętności uczestnika w obszarze nowoczesnych technologii informacyjnych, dotyczących tworzenia ekologicznych strategii marketingowych w social mediach, które m.in. dzięki wykorzystaniu sztucznej inteligencji - nie pochłaniają znacznej ilości zasobów. Uczestnictwo w szkoleniu skutkować będzie zdecydowaną **atrakcyjnością absolwenta szkolenia na rynku pracy w sektorze zielonej gospodarki**, ale także zdobyciem kompetencji, które przynoszą realne możliwości współpracy z markami różnych sektorów - wszędzie tam, gdzie produkt lub usługa promowana jest w Internecie.

Program został opracowany z myślą o osobach, które chcą rozwijać swoje kompetencje w obszarze **nowoczesnego marketingu cyfrowego**, uwzględniając rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju. Zdobyta wiedza i umiejętności pozwolą uczestnikom nie tylko **skutecznie promować marki** w mediach społecznościowych, ale także budować **trwałe relacje z odbiorcami** oparte na wartościach i autentyczności.

Szkolenie będzie miało formę głównie warsztatową. Każdy uczestnik będzie pracował przy komputerze oraz na telefonie, na własnym koncie w mediach społecznościowych, dla którego będzie tworzyć strategię marketingową. Przed szkoleniem dla istniejących już kont wśród zapisanych na szkolenie Uczestników, przygotowany zostanie ogólny audyt konta, który w znaczącym stopniu ułatwi Uczestnikom pracę podczas szkolenia. **Forma warsztatowa zapewni realizację celu edukacyjnego usługi.**

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych, tj. 1 godzina lekcyjna = 60 minut.

Uwaga do harmonogramu: **przerwy na lunch są wliczone w czas trwania usługi** i zostały ustalone na godzinę 12:30 - 13:15 - uwzględniono w harmonogramie.

Część teoretyczna obejmuje 3,5 godziny zegarowe zajęć, natomiast część praktyczna - 9,5 godziny. Pozostały czas trwania usługi to: 2 przerwy (w pierwszym oraz drugim dniu zajęć) po 45 minut oraz 1,5 godziny przeznaczone na kwestie organizacyjne (m.in. przywitanie, pre-testy, post-testy, pytania, podsumowanie zajęć) i walidację usługi.

PROGRAM:

I DZIEŃ SZKOLENIA [część teoretyczna: 2 godziny, część praktyczna: 5 godzin, przerwa: 45 min, kwestie organizacyjne: 15 min] - 29.09.2025:

08:00 - 08:15 Przywitanie uczestników, omówienie szkolenia, przeprowadzenie pre-testów w celu oceny początkowego poziomu wiedzy uczestników.

08:15 - 10:30 MODUŁ I: Strategia social media a zrównoważona komunikacja marki.

1. Rola social mediów w strategii marketingowej marki – jak łączyć skuteczność z etyką i odpowiedzialnym podejściem?
2. Jak dopasować platformę do biznesu, uwzględniając energochłonność i efektywność działań online? Facebook, a może Instagram?
3. Algorytmy i ich wpływ na zasięgi – jak działać zgodnie z ich mechanizmami, ale bez niepotrzebnej nadprodukcji treści?
4. Kluczowe wskaźniki sukcesu – co naprawdę warto analizować?

10:30 - 12:30 MODUŁ II: Spójna, autentyczna i odpowiedzialna komunikacja marki.

1. Jak stworzyć strategię contentową, która nie tylko angażuje, ale także minimalizuje cyfrowy chaos?
2. Język marki – jak pisać, aby przyciągać uwagę, unikać greenwashingu i wspierać świadomych konsumentów?
3. Storytelling i autentyczność – jak budować długofalowe relacje, zamiast tylko sprzedawać?
4. Planowanie treści – jak zorganizować działania, aby unikać marnowania czasu i zasobów?

12:30 - 13:15 Przerwa.

13:15 - 16:00 MODUŁ III: Tworzenie angażujących i energooszczędnych treści.

1. Fotografia mobilna – jak robić dobre zdjęcia telefonem, dbając o optymalizację ich rozmiaru i jakości, aby ograniczyć zużycie danych?
2. Krótkie wideo (Reels) – jak nagrywać i montować treści w sposób energooszczędny i przyjazny dla użytkowników?
3. Jak pisać posty, które budują społeczność, bez generowania informacyjnego nadmiaru i zmęczenia treściami?
4. Projektowanie grafik – jak wykorzystać narzędzia online (np. Canva) i stosować lekkie formaty oraz zoptymalizowane elementy wizualne, by zmniejszyć obciążenie serwerów?

II DZIEŃ SZKOLENIA [część teoretyczna: 1,5 godziny, część praktyczna: 4,5 godziny, przerwa: 45 min, kwestie organizacyjne: 45 min, walidacja - test: 30 min] - 30.09.2025

08:00 - 08:15 Przywitanie uczestników, krótkie przypomnienie materiału z poprzedniego dnia, rozwiązanie ewentualnych trudności na aktualnym etapie szkolenia.

08:15 - 10:30 MODUŁ IV: Reklama w social media – efektywność vs. ekologia.

1. Meta Ads – jak działa system reklamowy Facebooka i Instagrama? Jak prowadzić kampanie reklamowe w sposób zrównoważony, unikając nadmiernego obciążenia użytkowników?
2. Tworzenie skutecznych kampanii reklamowych krok po kroku – jak docierać do właściwej grupy docelowej bez zbędnych emisji reklam?
3. Targetowanie i analiza wyników – jak optymalizować budżet, zmniejszając koszty i minimalizując ślad węglowy?

10:30 - 12:30 MODUŁ V: Wykorzystanie AI w social media – efektywność, automatyzacja i zrównoważony rozwój.

1. Automatyzacja i optymalizacja treści - planowanie postów, personalizacja komunikacji i minimalizacja nadprodukcji treści, a także recykling i optymalizacja istniejących materiałów, by ograniczyć zużycie zasobów.
2. Tworzenie treści wspierane przez AI - generowanie tekstów, grafik i wideo zoptymalizowanych pod algorytmy social media, automatyczna edycja i kompresja plików dla zmniejszenia śladu węglowego.
3. Analiza skuteczności i optymalizacja kampanii - monitoring efektywności treści w czasie rzeczywistym i dostosowywanie strategii; AI w analizie zaangażowania – jakie treści działają, a które warto poprawić?

12:30 - 13:15 Przerwa.

13:15 - 14:15 MODUŁ VI: Zielone trendy i nowe technologie w marketingu.

1. Wykorzystanie AI w social media – jak automatyzacja może pomóc w ograniczeniu nieefektywnej produkcji treści oraz oszczędzaniu czasu?
2. Twórcy UGC – jak budować wartościowe kampanie, angażując społeczność i redukując ilość generowanych materiałów?
3. Personalizacja i automatyzacja – jak używać nowych technologii, by zwiększać efektywność bez nadmiernej konsumpcji?

14:15 - 15:00 MODUŁ VII: Strategia długoterminowa.

1. Checklista skutecznego i odpowiedzialnego prowadzenia social media.
2. Plan działania – jak wdrożyć dobre praktyki, unikając nadmiaru treści i śladu cyfrowego?

15:00 - 15:30 Podsumowanie szkolenia, sesja pytań, przeprowadzenie post-testów.

15:30 - 16:00 Walidacja - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie*.

***UWAGI DOTYCZĄCE WALIDACJI:**

Walidacja **przeprowadzana jest w formie ZDALNEJ** [forma zdalna dotyczy tylko i wyłącznie osoby walidującej - uczestnicy wypełniają test, będąc na sali szkoleniowej] - i podzielona jest na 2 etapy:

- walidację **części praktycznej** zajęć (polega na sprawdzeniu efektów uczenia się oraz kryteriów weryfikacji w/w efektów, dotyczących **umiejętności**). Walidator dokonuje analizy przesłanych przez Uczestników materiałów stworzonych podczas szkolenia, kart pracy, a także kont w SM - przed szkoleniem, w trakcie i po szkoleniu. Ta część odbywa się w godzinach popołudniowych pierwszego dnia oraz w godzinach porannych drugiego dnia szkolenia;
- walidację **części teoretycznej** (polega na sprawdzeniu efektów uczenia się dotyczących **wiedzy**) - przeprowadzoną na koniec zajęć, w formie testu wiedzy online, którego **wynik generuje się automatycznie**.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 13

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Przywitanie uczestników, omówienie szkolenia, przeprowadzenie pre-testów w celu oceny początkowego poziomu wiedzy uczestników.	Agnieszka Trawińska	29-09-2025	08:00	08:15	00:15
2 z 13 MODUŁ I: Strategia social media a zrównoważona komunikacja marki.	Agnieszka Trawińska	29-09-2025	08:15	10:30	02:15
3 z 13 MODUŁ II: Spójna, autentyczna i odpowiedzialna komunikacja marki.	Agnieszka Trawińska	29-09-2025	10:30	12:30	02:00
4 z 13 Przerwa.	Agnieszka Trawińska	29-09-2025	12:30	13:15	00:45
5 z 13 MODUŁ III: Tworzenie angażujących i energooszczędnych treści.	Agnieszka Trawińska	29-09-2025	13:15	16:00	02:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 13 Przywitanie uczestników, krótkie przypomnienie materiału z poprzedniego dnia, rozwiązanie ewentualnych trudności na aktualnym etapie szkolenia.	Agnieszka Trawińska	30-09-2025	08:00	08:15	00:15
7 z 13 MODUŁ IV: Reklama w social media – efektywność vs. ekologia.	Agnieszka Trawińska	30-09-2025	08:15	10:30	02:15
8 z 13 MODUŁ V: Wykorzystanie AI w social media – efektywność, automatyzacja i zrównoważony rozwój.	Agnieszka Trawińska	30-09-2025	10:30	12:30	02:00
9 z 13 Przerwa.	Agnieszka Trawińska	30-09-2025	12:30	13:15	00:45
10 z 13 MODUŁ VI: Zielone trendy i nowe technologie w marketingu.	Agnieszka Trawińska	30-09-2025	13:15	14:15	01:00
11 z 13 MODUŁ VII: Strategia długoterminowa.	Agnieszka Trawińska	30-09-2025	14:15	15:00	00:45
12 z 13 Podsumowanie szkolenia, sesja pytań, przeprowadzenie post-testów.	Agnieszka Trawińska	30-09-2025	15:00	15:30	00:30
13 z 13 Walidacja - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie*	-	30-09-2025	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 944,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 944,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	309,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	309,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Agnieszka Trawińska

Ekspertka ds. social media i strategii marketingowej. Social media managerka z ponad 6-letnim doświadczeniem w branży, specjalizująca się w kompleksowej obsłudze mediów społecznościowych dla marek. Absolwentka Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej (2016) na Uniwersytecie Ekonomicznym, swoją karierę rozpoczęła jako specjalistka ds. marketingu w multiagencji ubezpieczeniowej, a od 2019 roku prowadzi własną działalność, wspierając firmy w budowaniu skutecznej i odpowiedzialnej komunikacji w social mediach.

W swojej codziennej pracy zajmuje się strategią marketingową, tworzeniem angażujących treści (fotografia, wideo, grafika), prowadzeniem kampanii reklamowych (Meta Ads) oraz budowaniem autentycznego wizerunku marek, w duchu zrównoważonego rozwoju.

Jako twórczyni kulinarnego Instagrama @aga.trawinska oraz bohaterka reportażu w „Dzień Dobry TVN” posiada unikalne doświadczenie w tworzeniu contentu, który łączy storytelling z autentycznością.

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat lub kwalifikacje nabyte nie wcześniej niż 5 lat – przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi: m.in.: Facebook and Instagram PRO (SMN, 2023), Instagram & TikTok 2025 (2025), Specjalista ds. social media (2025).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy Uczestnik otrzyma **konspekt z materiałami w wersji drukowanej**, który zdecydowanie ułatwia pracę podczas szkolenia, a także posłuży utrwaleniu wiadomości po odbytym szkoleniu. Dla chętnych udostępniamy również konspekt w wersji cyfrowej.

Informacje dodatkowe

Każdy Uczestnik będzie mógł skorzystać z ogólnego **audytu konta** w mediach społecznościowych (IG lub FB).

Uprzejmie prosimy uczestników **o zabranie ze sobą telefonu (na którym Uczestnik prowadzi social media), laptopa** oraz, w miarę możliwości, myszki komputerowej (która może okazać się przydatna podczas szkolenia). W przypadku braku dostępu do wymienionego sprzętu lub niemożności jego zabrania na szkolenie, **prosimy o wcześniejsze poinformowanie Dostawcy Usługi**.

Po zakończonym szkoleniu Uczestnicy otrzymają zaświadczenia o uczestnictwie w usłudze szkoleniowej oraz imienny certyfikat.

Informacja o zwolnieniu z VAT: Dz.U. 2013 poz. 1722 (Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień) §3, ust. 1, pkt 14.

Adres

ul. Chełmońskiego 1
44-200 Rybnik
woj. śląskie

Sala szkoleniowa mieści się na II piętrze. Ogólnodostępny parking przy budynku.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Maria Szymak

E-mail maria.szymak@simply.edu.pl

Telefon (+48) 721 324 130