

**Bootcamp marketingu internetowego –  
usługa szkoleniowa**

Numer usługi 2025/07/16/161638/2882954

**6 769,92 PLN** brutto

5 504,00 PLN netto

211,56 PLN brutto/h

172,00 PLN netto/h

KORYCKI &  
GRACZYK  
CONSULTING  
GROUP SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ

★★★★★ 5,0 / 5

500 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 10.10.2025 do 12.10.2025

## Informacje podstawowe

|                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kategoria</b>                     | Biznes / Marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Identyfikatory projektów</b>      | Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe, Kierunek - Rozwój, Nowy start w Małopolsce z EURESEM, Małopolski Pociąg do kariery                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Grupa docelowa usługi</b>         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Właściciele mikro- i małych firm (MŚP)</li><li>• Marketerzy offline przechodzący do digitalu</li><li>• Freelancerzy i konsultanci marketingowi</li><li>• Startup founderzy i zespoły growth</li><li>• Specjaliści e-commerce / menedżerowie sklepów internetowych</li><li>• Studenci kierunków biznesowych, marketingowych i IT</li><li>• Pracownicy działów sprzedaży / account managerowie</li><li>• Specjaliści HR i employer branding</li><li>• NGO i organizacje non-profit (działy fundraisingu)</li><li>• osoby zamierzające podjąć lub zmienić pracę w agencji interaktywnej na stanowiska związane z marketingiem internetowym</li><li>• osoby zainteresowane tematyką marketingu internetowego</li></ul> |
| <b>Minimalna liczba uczestników</b>  | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Maksymalna liczba uczestników</b> | 15                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Data zakończenia rekrutacji</b>   | 08-10-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Forma prowadzenia usługi</b>      | zdalna w czasie rzeczywistym                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Liczba godzin usługi</b>          | 32                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa „Bootcamp Marketingu Internetowego – usługa szkoleniowa” PRZYGOTOWUJE do samodzielnego kompleksowego planowania działań marketingowych, tworzenia atrakcyjnych i angażujących treści, prowadzenia skutecznych kampanii internetowych oraz wykorzystania narzędzi AI w digital marketingu.

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

| Efekty uczenia się                                              | Kryteria weryfikacji                                                                                                          | Metoda walidacji                                      |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Definiuje kluczowe pojęcia związane z marketingiem internetowym | Uczestnik definiuje podstawowe pojęcia związane z marketingiem internetowym, takie jak SEO, SEM, PPC, lejek marketingowy itp. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                 | Uczestnik identyfikuje różnice między definicjami związanymi z marketingiem internetowym                                      | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Projektuje treści cyfrowe w mediach społecznościowych           | Uczestnik definiuje formy treści cyfrowych w internecie                                                                       | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                 | Uczestnik obsługuje program graficzny Canva                                                                                   | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                 | Uczestnik wybiera opis produktu w wersji plain-language, spełniającej kryteria FOG Index $\leq 8$ i WCAG 2.2.                 | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Projektuje treści z wykorzystaniem narzędzi AI                  | Ocenia kategorię promptu na podstawie case study                                                                              | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                 | Wybiera narzędzie AI do ściśle określonego działania marketingowego                                                           | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                 | Uczestnik interpretuje kluczowe metryki (CAC, CLV, ROAS, CPM, ER)                                                             | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Analizuje wyniki kampanii internetowej PPC                      | Uczestnik ocenia skuteczność kampanii na podstawie case study                                                                 | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
|                                                                 | Uczestnik uzasadnia istotę testów A/B                                                                                         | 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?**

TAK

## Program

**Dzień 1 – wprowadzenie do świata marketingu internetowego + sztuczna inteligencja w digital marketingu (10 godzin dydaktycznych; 9:00 – 17:45)**

1. Wprowadzenie do marketingu internetowego – wideokonferencja:

- Definicja marketingu online i jego miejsce w marketing-mixie (4P → 4C → 4E)
- Kluczowe kanały: SEO, PPC, social media, e-mail, afiliacja, marketplace'y
- Trendy 2025+ – AI, privacy-first, voice search, short-form video
- Metryki sukcesu (CAC, CLV, ROAS, engagement rate) i podstawowe narzędzia pomiaru
- Przegląd case studies: B2C vs B2B, e-commerce vs SaaS

1. Rynek pracy w marketingu internetowym – współdzielenie ekranu

- Mapa stanowisk: junior → specialist → manager → head of growth
- Analiza ogłoszeń live (LinkedIn, Just Join Marketing, Jooble)
- Najczęstsze wymagania techniczne (GA4, Google Ads, Meta Ads, ChatGPT)
- Umiejętności miękkie: analityczne myślenie, kreatywność, komunikacja z klientem

1. Strategie digital marketingu – ćwiczenia

- Ustalanie SMART/OKR dla celów marketingowych
- Budowa person i mapowanie Customer Journey (See-Think-Do-Care)
- Dobór kanałów vs. fazy lejka (TOFU, MOFU, BOFU)
- mini-strategia dla fikcyjnego produktu (praca indywidualna)
- Marka osobista czy firmowa?
- Wyznaczanie KPI i budżetu; matryca priorytetów

1. Copywriting & storytelling – ćwiczenia:

- Frameworki AIDA, PAS, StoryBrand i kiedy który wybrać
- Techniki nagłówków wysokiego CTR (power words, liczby, pytania)
- Ćwiczenie: post sprzedażowy i mail follow-up
- Storytelling marki: bohater, konflikt, rozwiązanie, morał, struktura STAR, monomit.

1. Generatywna AI w tworzeniu treści – ćwiczenia

- Prompt-engineering: role-playing, few-shot, chain-of-thought
- Demonstracja narzędzi: ChatGPT, Gemini, Midjourney, Canva AI

- przygotowanie pakietu social (tekst + obraz)
- Kontrola jakości outputu AI: fact-checking, tone of voice, brand fit

#### 1. Komunikacja marketingowa metodą plain language – ćwiczenia

- Zasady prostego języka: krótkie zdania, aktywna forma, konkret
- Test FOG index i Hemingway App w praktyce
- Przeredagowywanie skomplikowanego opisu produktu na wersję „plain”
- Dostępność cyfrowa (WCAG) a prosty język – wspólne wymagania
- Checklista przed publikacją i peer-review treści uczestników

### Dzień 2 – content marketing (11 godzin dydaktycznych; 9:00 – 18:45)

#### 1. Content marketing & kalendarz publikacji – współdzielenie ekranu

- Definicja content marketingu 360° (blog, wideo, podcast, newsletter, social)
- Analiza przykładów kalendarzy redakcyjnych (Asana, Trello, Notion)
- Metoda „Hub-Spoke” i recykling treści na różne kanały
- Planowanie tematów w oparciu o sezonowość, SEO i lejki TOFU-MOFU-BOFU
- Demo: ustawienie kalendarza publikacji z automatycznymi przypomnieniami

#### 1. Canva w pracy marketera – współdzielenie ekranu

- Omówienie interfejsu i bibliotek (brand kit, szablony, stocki)
- Tworzenie zestawu identyfikacji wizualnej: logo, kolorystyka, fonty
- Formatowanie grafik do różnych kanałów (post IG, cover FB, miniatura YT)
- Integracje: Canva ↔ HubSpot, Meta Business Suite, Google Drive
- Wskazówki dot. optymalizacji plików (rozmiar, alt-text, eksport PDF/MP4)

#### 1. Canva w praktyce – warsztaty – ćwiczenia

- Zadanie: przygotuj 3 spójne kreacje (post, story, baner) dla wybranej marki
- Praca nad szablonem kampanii promocyjnej (promo code + call-to-action)
- Użycie mock-upów produktowych i elementów animacji
- Feedback „live” – poprawki i wersje A/B do testów reklamowych

#### 1. Content marketing w praktyce – ćwiczenia

- Ćwiczenie „Topic Clusters”: wymyśl 1 pillar page + 5 artykułów satelit
- Pisanie tytułów o wysokim CTR z wykorzystaniem power words i liczb
- Szybki brief dla copywritera (cel, persona, keyword, CTA, KPI)
- Ocena jakości tekstu: checklisty SEO, readability, voice & tone
- Przygotowanie planu dystrybucji (blog, newsletter, LinkedIn, partnerzy)

#### 1. Social media marketing (organiczny) – współdzielenie ekranu

- Dobór kanałów do person (Facebook vs. IG vs. LinkedIn vs. TikTok)
- Algorytmy 2025: zasięg organiczny, sygnały zaangażowania, cross-posting
- Narzędzia do planowania i analityki (Meta Planner, Buffer, Social Blade)
- tworzymy „kontent hero” i 3 „kontent hub” wokół launchu produktu
- Benchmarkowanie konkurencji: analiza hashtagów, formatów Reels/Shorts

#### 1. SEO: research słów kluczowych & struktura treści – współdzielenie ekranu

- Analiza intencji wyszukiwania (informacyjna, nawigacyjna, transakcyjna)
- Tworzenie klastrow tematycznych i mapy treści strony (silosy)
- Quick-win: long-tail vs. short-tail, pytania „People Also Ask”
- Przygotowanie briefu SEO dla copywritera z H1-H3, meta, FAQ, internal links

#### 1. SEO on-page & techniczne – współdzielenie ekranu

- Core Web Vitals i optymalizacja prędkości (LCP, FID, CLS)
- Struktura nagłówków, atrybuty alt, schema.org i dane strukturalne
- Linkowanie wewnętrzne i „orphan pages” – praktyczne przykłady
- Audyt techniczny
- Checklista migracji HTTPS, mobile-first i pliku robots.txt / sitemap.xml

#### 1. SEM / Google Ads Search – wideokonferencja

- Anatomia kampanii: konto → kampania → grupa reklam → reklamy → słowa kluczowe
- Typy dopasowań (exact, phrase, broad) i listy wykluczające
- Wskaźniki Quality Score i Ad Rank – co realnie wpływa na CPC
- Konfiguracja konwersji: GA4, Tag Manager

### **Dzień 3 – kampanie PPC, marketing automation, poszukiwanie pracy + walidacja (11 godzin dydaktycznych; 9:00 – 18:45)**

#### **1. PPC Display & remarketing – współdzielenie ekranu**

- Struktura kampanii Display: sieć GDN vs. Discovery vs. YouTube In-Feed
- Tworzenie segmentów odbiorców (custom, affinity, in-market) i list remarketingowych (GA4, Customer Match)
- Kreacje responsywne: formaty, zasady brand-safe, Dynamic Ads z feedem produktowym
- Ustawienia budżetu i strategii biddingowych (tCPA, tROAS, Maximize Conversions)
- Reguły automatyczne i ekrany podglądu atrybucji (Ads → Tools → Attribution)

#### **1. Kampanie marketingowe PPC – ćwiczenia**

- Zadanie: zaprojektuj kampanię Display + remarketing dla sklepu e-commerce (brief, KPI, budżet dzienny)
- Konfiguracja list remarketingowych w GA4 i ich publikacja do Google Ads
- Test A/B nagłówków, CTA i grafiki w reklamie responsywnej
- Ustawienie harmonogramu wyświetlania i ograniczeń częstotliwości (frequency capping)
- Analiza wyników w czasie rzeczywistym; szybka optymalizacja stawek i kreacji

#### **1. Narzędzia marketing automation – współdzielenie ekranu**

- Przegląd ekosystemu: HubSpot, MailerLite, ActiveCampaign,
- Budowa sekwencji e-mail (welcome, abandon cart, re-engage) z personalizacją AI
- Lead scoring i dynamiczne segmenty behawioralne (site, e-mail, ecommerce events)
- Integracje one-click: CRM ↔ Ads (enhanced conversions, offline conversions)
- Automatyczne raporty ROI w dashboardzie i alerty Slack / Teams

#### **1. Portfolio & „job-hunt kit” marketera – ćwiczenia**

- Check-lista: projekt case study (cel, działanie, wynik, wnioski) w formacie PDF i strony www
- Tworzenie sekcji „Projekty” na LinkedIn: słowa kluczowe, multimedia, atrybuty SEO profilu
- Makiet „one-pager” CV: mierzalne efekty, stack narzędzi, certyfikaty, linki do kampanii
- Symulowana rozmowa rekrutacyjna: odpowiadanie na pytania o KPI i budżety
- Przygotowanie „elevator pitch” (60 s) prezentującego jeden projekt PPC/SEO

#### **1. Przykłady najlepszych kampanii marketingowych – współdzielenie ekranu**

- Case studies Effie / IAB MIXX / YouTube Works 2024–2025: cele, insight, format, wyniki
- Rozbicie budżetu i kanałów (paid vs. earned vs. owned) na wykresie „piramida mediów”
- Analiza kreacji: storytelling, hook w pierwszych 3 sekundach, call-to-action
- Wskaźniki sukcesu: ROAS ≥ 500 %, CPM ≤ 15 zł, ER ≥ 12 % (organiczny TikTok)
- „Nauka na błędach” – dlaczego podobne kampanie nie zadziałały w innych branżach?

#### **1. Podsumowanie – chat**

- Q&A otwarte: doprecyzowanie tematów, rekomendacje literatury i kursów

#### **1. Walidacja – test z wynikiem generowanym automatycznie**

1) Szkolenie odbywa się w godzinach dydaktycznych, czyli 1 godzina szkolenia równa się 45 minut; łącznie 32 godziny dydaktyczne.

2) Przerwy nie są wliczane w czas trwania szkolenia.

3) Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia realizowane są metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

4) Usługa odbywa się zdalnie w czasie rzeczywistym.

#### **5) Grupa docelowa:**

- Właściciele mikro- i małych firm (MŚP)
- Marketerzy offline przechodzący do digitalu
- Freelancerzy i konsultanci marketingowi
- Startup founderzy i zespoły growth
- Specjaliści e-commerce / menedżerowie sklepów internetowych

- Studenci kierunków biznesowych, marketingowych i IT
- Pracownicy działów sprzedaży / account managerowie
- Specjaliści HR i employer branding
- NGO i organizacje non-profit (działy fundraisingu)
- osoby zamierzające podjąć lub zmienić pracę w agencji interaktywnej na stanowiska związane z marketingiem internetowym
- osoby zainteresowane tematyką marketingu internetowego

**6) Warunki organizacyjne:** Szkolenie odbędzie się w formie zdalnej w czasie rzeczywistym na platformie komunikacyjnej Google Meet. Szkolenie przewidziane jest od jednej do piętnastu osób.

**7) Cel edukacyjny:** Usługa „Bootcamp Marketingu Internetowego – usługa szkoleniowa” PRZYGOTOWUJE do samodzielnego kompleksowego planowania działań marketingowych, tworzenia atrakcyjnych i angażujących treści, prowadzenia skutecznych kampanii internetowych oraz wykorzystania narzędzi AI w digital marketingu.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 32

| Przedmiot / temat zajęć                                                      | Prowadzący      | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>1 z 32</b><br>Wprowadzenie do marketingu internetowego – wideokonferencja | Marta Schneider | 10-10-2025            | 09:00               | 09:45               | 00:45         |
| <b>2 z 32</b> Rynek pracy w marketingu internetowym – współdzielenie ekranu  | Marta Schneider | 10-10-2025            | 09:45               | 10:30               | 00:45         |
| <b>3 z 32</b> Przerwa kawowa                                                 | Marta Schneider | 10-10-2025            | 10:30               | 10:45               | 00:15         |
| <b>4 z 32</b> Strategie digital marketingu – ćwiczenia                       | Marta Schneider | 10-10-2025            | 10:45               | 12:15               | 01:30         |
| <b>5 z 32</b> Przerwa obiadowa                                               | Marta Schneider | 10-10-2025            | 12:15               | 13:00               | 00:45         |
| <b>6 z 32</b> Copywriting & storytelling – ćwiczenia                         | Marta Schneider | 10-10-2025            | 13:00               | 15:15               | 02:15         |
| <b>7 z 32</b> Przerwa kawowa                                                 | Marta Schneider | 10-10-2025            | 15:15               | 15:30               | 00:15         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                  | Prowadzący      | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 8 z 32<br>Generatywna AI w tworzeniu treści – ćwiczenia                  | Marta Schneider | 10-10-2025            | 15:30               | 17:00               | 01:30         |
| 9 z 32<br>Komunikacja marketingowa metodą plain language – ćwiczenia     | Marta Schneider | 10-10-2025            | 17:00               | 17:45               | 00:45         |
| 10 z 32 Content marketing & kalendarz publikacji – współdzielenie ekranu | Marta Schneider | 11-10-2025            | 09:00               | 10:30               | 01:30         |
| 11 z 32 Przerwa kawowa                                                   | Marta Schneider | 11-10-2025            | 10:30               | 10:45               | 00:15         |
| 12 z 32 Canva w pracy marketera – współdzielenie ekranu                  | Marta Schneider | 11-10-2025            | 10:45               | 11:30               | 00:45         |
| 13 z 32 Canva w praktyce – warsztaty – ćwiczenia                         | Marta Schneider | 11-10-2025            | 11:30               | 12:15               | 00:45         |
| 14 z 32 Przerwa obiadowa                                                 | Marta Schneider | 11-10-2025            | 12:15               | 13:00               | 00:45         |
| 15 z 32 Content marketing w praktyce – ćwiczenia                         | Marta Schneider | 11-10-2025            | 13:00               | 14:30               | 01:30         |
| 16 z 32 Przerwa kawowa                                                   | Marta Schneider | 11-10-2025            | 14:30               | 14:45               | 00:15         |
| 17 z 32 Social media marketing (organiczny) – współdzielenie ekranu      | Marta Schneider | 11-10-2025            | 14:45               | 16:15               | 01:30         |
| 18 z 32 Przerwa kawowa                                                   | Marta Schneider | 11-10-2025            | 16:15               | 16:30               | 00:15         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                 | Prowadzący      | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>19 z 32</b> SEO: research słów kluczowych & struktura treści – współdzielenie ekranu | Marta Schneider | 11-10-2025            | 16:30               | 17:15               | 00:45         |
| <b>20 z 32</b> SEO on-page & techniczne – współdzielenie ekranu                         | Marta Schneider | 11-10-2025            | 17:15               | 18:00               | 00:45         |
| <b>21 z 32</b> SEM / Google Ads Search – wideokonferencja                               | Marta Schneider | 11-10-2025            | 18:00               | 18:45               | 00:45         |
| <b>22 z 32</b> PPC Display & remarketing – współdzielenie ekranu                        | Marta Schneider | 12-10-2025            | 09:00               | 10:30               | 01:30         |
| <b>23 z 32</b> Przerwa kawowa                                                           | Marta Schneider | 12-10-2025            | 10:30               | 10:45               | 00:15         |
| <b>24 z 32</b> Kampanie marketingowe PPC – ćwiczenia                                    | Marta Schneider | 12-10-2025            | 10:45               | 12:15               | 01:30         |
| <b>25 z 32</b> Przerwa obiadowa                                                         | Marta Schneider | 12-10-2025            | 12:15               | 13:00               | 00:45         |
| <b>26 z 32</b> Narzędzia marketing automation – współdzielenie ekranu                   | Marta Schneider | 12-10-2025            | 13:00               | 14:30               | 01:30         |
| <b>27 z 32</b> Przerwa kawowa                                                           | Marta Schneider | 12-10-2025            | 14:30               | 14:45               | 00:15         |
| <b>28 z 32</b> Portfolio & „job-hunt kit” marketera – ćwiczenia                         | Marta Schneider | 12-10-2025            | 14:45               | 16:15               | 01:30         |
| <b>29 z 32</b> Przerwa kawowa                                                           | Marta Schneider | 12-10-2025            | 16:15               | 16:30               | 00:15         |



| Przedmiot / temat zajęć                                                              | Prowadzący      | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>30 z 32</b> Przykłady najlepszych kampanii marketingowych – współdzielenie ekranu | Marta Schneider | 12-10-2025            | 16:30               | 17:30               | 01:00         |
| <b>31 z 32</b> Podsumowanie – chat                                                   | Marta Schneider | 12-10-2025            | 17:30               | 18:00               | 00:30         |
| <b>32 z 32</b> Walidacja – test z wynikiem generowanym automatycznie                 | Marta Schneider | 12-10-2025            | 18:00               | 18:45               | 00:45         |

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 6 769,92 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 5 504,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 211,56 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 172,00 PLN   |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

### Marta Schneider

Marta Schneider – trenerka specjalizująca się w kompetencjach cyfrowych i komunikacyjnych. W ciągu ostatnich trzech lat przeprowadziła ponad 550 godzin zegarowych szkoleń z zakresu marketingu internetowego, bezpieczeństwa cyfrowego. Współpracując z Ośrodkami Pomocy Społecznej, Marta prowadziła wywiady środowiskowe, tworzyła analizy i indywidualne plany pomocy, wspierając klientów w rozwijaniu kompetencji zawodowych. Przepracowała 300 godzin w lokalnych środowiskach, co umożliwiło jej dogłębne poznanie społeczności i podejmowanie szybkich decyzji dla dobrostanu klientów. Wiedzę specjalistyczną zdobywała na wydziale socjologii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w

Poznaniu na kierunku praca socjalna. Na trzecim roku studiów otrzymała stypendium rektora jako osoba, która uzyskała najwyższą średnią na roku.

Posiada liczne certyfikaty w zakresie marketingu internetowego oraz kompetencji miękkich.

Uprawnienia trenerskie:

- trener kompetencji miękkich z elementami terapii; skoncentrowanej na rozwiązaniach
- trener-szkoleniowiec w nauczaniu osób dorosłych;
- trener osobisty: coach, mentor tutor z elementami interwencji kryzysowej.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Komplet materiałów zostanie wysłany na maila każdego z uczestników szkolenia. Będzie to skrypt wraz z prezentacjami danego szkolenia.

### Warunki uczestnictwa

Ukończony 18 rok życia.

### Informacje dodatkowe

1. Jeśli szkolenie będzie dofinansowane ze środków publicznych w **co najmniej 70%** oraz będzie miało charakter **usługi kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego**, będzie **zwolnione przedmiotowo z podatku VAT** (podstawa prawna: par. 3 ust. 1 pkt 14 *Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień* (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 955 z późn. zm.)).
2. Warunkiem otrzymania zaświadczenia o ukończeniu szkolenia jest **pozytywny wynik testu końcowego** (próg zdawalności 80%) oraz **frekwencja na minimalnym poziomie 80%**.

## Warunki techniczne

1. **Platforma komunikacyjna** – Google Meet;
2. **Wymagania sprzętowe:** komputer stacjonarny/laptop, kamera, mikrofon, słuchawki/ głośniki, system operacyjny minimum Windows XP/MacOS High Sierra, min. 2 GB pamięci RAM, pamięć dysku minimum 10 GB,
3. **Sieć:** łącze internetowe minimum 50 kb/s;
4. **System operacyjny** minimum Windows XP/MacOS High Sierra, przeglądarka internetowa (marka nie ma znaczenia);
5. **Okres ważności linku:** od 1h przed godziną rozpoczęcia szkolenia w dniu pierwszym do godziny po zakończeniu szkoleń w dniu ostatnim.

## Kontakt



**Wojciech Graczyk**

**E-mail** wojciech.graczyk@korycki-graczyk.pl

**Telefon** (+48) 698 291 420