



Centrum "Mentoris"  
Mateusz Prucnal

★★★★★ 4,9 / 5

2 324 oceny

## Budowanie marki osobistej i jak zarządzać wizerunkiem w sieci - szkolenie

Numer usługi 2025/07/28/25838/2907570

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 17 h

📅 02.10.2025 do 03.10.2025

3 055,00 PLN brutto

3 055,00 PLN netto

179,71 PLN brutto/h

179,71 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

**Kategoria**

Biznes / Organizacja

**Grupa docelowa usługi**

Odbiorcami szkolenia są specjaliści ds. marketingu, sprzedaży, przedsiębiorcy, a także osoby zajmujące się budowaniem marki osobistej i firmowej. Szkolenie przeznaczone jest dla osób, które chcą zdobyć umiejętności w zakresie content marketingu, zwiększenia zasięgu i zaangażowania oraz efektywnego korzystania z LinkedIn w celach sprzedażowych

**Minimalna liczba uczestników**

5

**Maksymalna liczba uczestników**

16

**Data zakończenia rekrutacji**

01-10-2025

**Forma prowadzenia usługi**

zdalna w czasie rzeczywistym

**Liczba godzin usługi**

17

**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

Usługa szkoleniowa „Budowanie marki osobistej i jak zarządzać wizerunkiem w sieci - szkolenie” przygotowuje do skutecznego planowania i realizowania działań content marketingowych. Uczestnik nabędzie umiejętności tworzenia wartościowych treści przyciągających klientów, budowania wizerunku eksperta, a także wykorzystywania LinkedIn do generowania leadów sprzedażowych, rozwijania relacji biznesowych i wzmocnienia marki osobistej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się                                                                                 | Kryteria weryfikacji                                                          | Metoda walidacji |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Opisuje cechy marki eksperckiej oraz zasady jej budowania, które przyciągają klientów i partnerów. | Wskazuje cechy charakterystyczne dla marki eksperckiej                        | Test teoretyczny |
|                                                                                                    | Wskazuje sposoby budowania marki eksperckiej w content marketingu.            | Test teoretyczny |
| Wymienia i opisuje strategie content marketingu przyciągające uwagę klientów.                      | Identyfikuje trzy popularne strategie content marketingu.                     | Test teoretyczny |
|                                                                                                    | Wskazuje wpływ wybranych strategii na zaangażowanie odbiorców.                | Test teoretyczny |
| Przedstawia zasady przygotowania i prowadzenia webinarów angażujących odbiorców.                   | Wybiera elementy skutecznego webinaru.                                        | Test teoretyczny |
|                                                                                                    | Wskazuje techniki zwiększające zaangażowanie uczestników podczas webinaru.    | Test teoretyczny |
| Przedstawia zasady tworzenia wartościowych artykułów na bloga, które wyróżniają się na tle innych. | Wskazuje cechy wartościowego artykułu blogowego.                              | Test teoretyczny |
|                                                                                                    | Identyfikuje sposoby zwiększania atrakcyjności artykułów dla czytelników.     | Test teoretyczny |
| Opisuje kroki nagrywania i dystrybucji podcastów, które przyciągają i angażują słuchaczy.          | Wybiera etapy tworzenia podcastu.                                             | Test teoretyczny |
|                                                                                                    | Wskazuje kanały dystrybucji podcastów.                                        | Test teoretyczny |
| Wyjaśnia, jak zastosować content marketing do sprzedaży produktów i usług.                         | Identyfikuje sposoby zastosowania content marketingu w sprzedaży.             | Test teoretyczny |
|                                                                                                    | Wskazuje przykłady kampanii sprzedażowych wykorzystujących content marketing. | Test teoretyczny |
| Przedstawia metody tworzenia treści, które budują wizerunek i angażują odbiorców.                  | Wskazuje wpływ jakości treści na wizerunek marki.                             | Test teoretyczny |
|                                                                                                    | Wybiera metody zwiększające lojalność odbiorców poprzez treści.               | Test teoretyczny |

| Efekty uczenia się                                                                                   | Kryteria weryfikacji                                                                        | Metoda walidacji |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Wymienia kluczowe elementy strony osobistej lub firmowej, które wpływają na jej skuteczność.         | Wskazuje elementy, które powinna zawierać skuteczna strona firmowa.                         | Test teoretyczny |
|                                                                                                      | Identyfikuje sposób, w jaki poszczególne elementy strony wpływają na zaangażowanie klientów | Test teoretyczny |
|                                                                                                      | Identyfikuje narzędzia AI wykorzystywane w marketingu online.                               | Test teoretyczny |
| Wymienia narzędzia i platformy do marketingu online, w tym te, które stosują AI.                     | Wskazuje zastosowania wybranych narzędzi w zwiększaniu zasięgu i konwersji.                 | Test teoretyczny |
|                                                                                                      |                                                                                             |                  |
| Wyjaśnia rolę LinkedIn w budowaniu marki osobistej i nawiązywaniu kontaktów biznesowych.             | Wybiera korzyści płynące z budowania marki osobistej na LinkedIn.                           | Test teoretyczny |
|                                                                                                      | Wskazuje funkcje LinkedIn wspierające networking.                                           | Test teoretyczny |
|                                                                                                      |                                                                                             | Test teoretyczny |
|                                                                                                      | Wskazuje elementy profilu wpływające na budowanie zaufania.                                 | Test teoretyczny |
| Charakteryzuje kluczowe elementy profilu LinkedIn, które budują zaufanie i przyciągają uwagę.        | Identyfikuje sposoby optymalizacji profilu w celu przyciągnięcia uwagi odbiorców.           | Test teoretyczny |
| Opisuje zasady budowania i zarządzania siecią kontaktów na LinkedIn.                                 | Wybiera metody nawiązywania kontaktów na LinkedIn.                                          | Test teoretyczny |
|                                                                                                      | Wskazuje sposoby zarządzania kontaktami w celu maksymalizacji wartości sieci.               | Test teoretyczny |
| Przedstawia zasady tworzenia i publikowania angażujących treści na LinkedIn.                         | Identyfikuje rodzaje treści, które budują markę na LinkedIn.                                | Test teoretyczny |
|                                                                                                      | Wskazuje metody mierzenia skuteczności treści na LinkedIn.                                  | Test teoretyczny |
| Wymienia narzędzia i techniki generowania leadów oraz nawiązywania kontaktu z klientami na LinkedIn. | Podaje sposoby generowania leadów na LinkedIn.                                              | Test teoretyczny |
|                                                                                                      | Wskazuje narzędzia wspierające sprzedaż B2B na LinkedIn.                                    | Test teoretyczny |

| Efekty uczenia się                                                                       | Kryteria weryfikacji                                                               | Metoda walidacji |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Opisuje techniki monitorowania rynku i analizowania działań konkurencji.                 | Identyfikuje metody analizy rynku na LinkedIn.                                     | Test teoretyczny |
|                                                                                          | Wskazuje wpływ monitorowania konkurencji na strategię marketingowe.                | Test teoretyczny |
| Wskazuje zaawansowane funkcje LinkedIn i ich zastosowania w budowaniu marki i sprzedaży. | Identyfikuje zastosowanie funkcji, takie jak LinkedIn Sales Navigator i Analytics. | Test teoretyczny |
|                                                                                          | Wskazuje zastosowanie LinkedIn Ads w kampaniach sprzedażowych.                     | Test teoretyczny |

## 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

Liczba godzin usługi jest liczona wg godzin dydaktycznych (1 godzina dydaktyczna = 45 minut zegarowych) – łącznie 17 godzin. Przerwy nie są wliczane w czas trwania usługi. Część teoretyczna szkolenia potrwa 10 godzin dydaktycznych, część praktyczna 6 godzin dydaktycznych, walidacja 1 godzinę dydaktyczną.

**FORMA REALIZACJI ZAJĘĆ:** Forma realizacji zajęć w ramach szkolenia będzie obejmowała różnorodne metody dydaktyczne, które zapewnią uczestnikom wszechstronne zrozumienie omawianych tematów oraz umożliwią praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy i umiejętności.

#### Szczegóły formy realizacji są następujące:

1. **Wykłady interaktywne:** Każdy moduł będzie rozpoczynał się interaktywnym wykładem, podczas którego trener wprowadzą teoretyczne podstawy tematu, używając prezentacji multimedialnych, studiów przypadków i przykładów z praktyki. Wykłady będą angażować uczestników poprzez pytania retoryczne, mini-dyskusje.

2. **Sesje pytań i odpowiedzi:** Po każdym wykładzie zaplanowane będą sesje pytań i odpowiedzi, w trakcie których uczestnicy będą mieli możliwość zadawania pytań dotyczących prezentowanych treści. Trener będzie odpowiadać na pytania, wyjaśniać wątpliwości i omawiać dodatkowe aspekty tematów.

3. **Ćwiczenia grupowe i indywidualne:** W trakcie zajęć uczestnicy będą brać udział w ćwiczeniach zarówno grupowych, jak i indywidualnych. Zadania te pozwolą na praktyczne zastosowanie wiedzy poprzez analizę przypadków, opracowywanie strategii i rozwiązywanie problemów. Uczestnicy będą mieli możliwość wymiany doświadczeń w grupach oraz refleksji nad zdobytą wiedzą podczas pracy indywidualnej.

4. **Wspólne dyskusje:** Przewidziane są regularne wspólne dyskusje, gdzie uczestnicy będą mieli okazję dzielić się swoimi spostrzeżeniami i refleksjami na temat omawianych zagadnień. Dyskusje te będą moderowane przez trenerów, co zapewni ich efektywność i merytoryczność.

5. **Test końcowy:** Na zakończenie szkolenia, uczestnicy przystąpią do testu teoretycznego, który będzie miał formę testu z pytaniami zamkniętymi. Egzamin ten posłuży do oceny przyswojonej wiedzy i umiejętności, a także weryfikacji osiągniętych efektów kształcenia.

Te różnorodne metody dydaktyczne zapewnią aktywny udział uczestników w szkoleniu, umożliwią wymianę doświadczeń oraz zwiększą efektywność nauki poprzez praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy.

### **Program szkolenia:**

#### **Moduł 1. Strategie i narzędzia content marketingu.**

##### Moduł 1 część 1

- Tworzenie silnej marki eksperckiej, która przyciąga klientów i partnerów.
- Strategie content marketingu, czyli jak tworzyć treści, które przyciągają.

*Teoria: 2 godziny*

##### Moduł 1 część 2

- Przygotowanie i prowadzenie webinarów, które angażują i edukują uczestników.
- Pisanie i publikowanie artykułów na blogu, które wyróżniają się i przekonują czytelników.

*Teoria: 2 godziny*

##### Moduł 1 część 3

- Nagrywanie i dystrybuowanie podcastów, które informują i bawią słuchaczy.
- Sprzedawanie produktów i usług z wykorzystaniem content marketingu .

*Teoria: 1 godzina, praktyka: 1 godzina*

##### Moduł 1 część 4

- Tworzenie i udostępnianie treści, które budują wizerunek, pokazują ekspertyzę i wartość dodaną dla słuchaczy, zwiększając zaangażowanie i lojalność.
- Tworzenie i zarządzanie stroną osobistą lub firmową, która prezentuje ofertę i zachęca do kontaktu, stanowiącą podstawę marketingu i sprzedaży online.

*Praktyka: 2 godziny*

##### Moduł 1 część 5

- Przegląd narzędzi i platform do marketingu i sprzedaży online, w tym te, które wykorzystują AI, dając możliwość zwiększenia zasięgu i konwersji.

*Praktyka: 1 godzina*

#### **Moduł 2. LinkedIn w sprzedaży B2B i budowaniu marki.**

##### Moduł 2 część 1

-Znaczenie i korzyści z korzystania z LinkedIn jako narzędzia do budowania marki osobistej, nawiązywania kontaktów i generowania wartości dla biznesu.

-Optymalizacja profilu LinkedIn – tworzenie profilu, który przyciąga uwagę, prezentuje kompetencje i buduje zaufanie.

*Teoria: 2 godziny*

#### Moduł 2 część 2

-Budowanie i zarządzanie siecią kontaktów, korzystanie z grup, wydarzeń i innych funkcji LinkedIn do nawiązywania kontaktów.

-Content marketing na LinkedIn – tworzenie, publikowanie i mierzenie skuteczności treści. które angażują odbiorców i budują markę.

*Teoria: 2 godziny*

#### Moduł 2 część 3

-LinkedIn w sprzedaży B2B – generowanie leadów, kwalifikowanie i nawiązywanie kontaktu z potencjalnymi klientami, najlepsze praktyki i narzędzia sprzedaży B2B na LinkedIn.

*Teoria: 1 godzina*

#### Moduł 2 część 4

-Monitorowanie i analizowanie rynku i konkurencji na LinkedIn.

*Praktyka: 1 godzina*

#### Moduł 2 część 5

-Zaawansowane funkcjonalności i zastosowania LinkedIn: LinkedIn Learning, LinkedIn Sales Navigator, LinkedIn Ads, LinkedIn Analytics i inne narzędzia.

*Praktyka: 1 godzina*

Walidacja

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

| Przedmiot / temat zajęć                                  | Prowadzący        | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|----------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>1 z 17</b> Moduł 1 część 1 - rozmowa na żywo (teoria) | Agnieszka Czupryn | 02-10-2025            | 08:00               | 09:30               | 01:30         |
| <b>2 z 17</b> Przerwa                                    | Agnieszka Czupryn | 02-10-2025            | 09:30               | 09:40               | 00:10         |
| <b>3 z 17</b> Moduł 1 część 2 - rozmowa na żywo (teoria) | Agnieszka Czupryn | 02-10-2025            | 09:40               | 11:10               | 01:30         |
| <b>4 z 17</b> Przerwa                                    | Agnieszka Czupryn | 02-10-2025            | 11:10               | 11:20               | 00:10         |

| Przedmiot / temat zajęć                                           | Prowadzący              | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 5 z 17 Moduł 1 część 3 - rozmowa na żywo (1h teoria, 1h praktyka) | Agnieszka Czupryn       | 02-10-2025            | 11:20               | 12:50               | 01:30         |
| 6 z 17 Przerwa                                                    | Agnieszka Czupryn       | 02-10-2025            | 12:50               | 13:15               | 00:25         |
| 7 z 17 Moduł 1 część 4 - ćwiczenia (praktyka)                     | Agnieszka Czupryn       | 02-10-2025            | 13:15               | 14:45               | 01:30         |
| 8 z 17 Moduł 1 część 5 - ćwiczenia (praktyka)                     | Agnieszka Czupryn       | 02-10-2025            | 14:45               | 15:30               | 00:45         |
| 9 z 17 Moduł 2 część 1 - rozmowa na żywo (teoria)                 | Monika Wiertel-Kamińska | 03-10-2025            | 08:00               | 09:30               | 01:30         |
| 10 z 17 Przerwa                                                   | Monika Wiertel-Kamińska | 03-10-2025            | 09:30               | 09:40               | 00:10         |
| 11 z 17 Moduł 2 część 2 - rozmowa na żywo (teoria)                | Monika Wiertel-Kamińska | 03-10-2025            | 09:40               | 11:10               | 01:30         |
| 12 z 17 Przerwa                                                   | Monika Wiertel-Kamińska | 03-10-2025            | 11:10               | 11:20               | 00:10         |
| 13 z 17 Moduł 2 część 3 - rozmowa na żywo (teoria)                | Monika Wiertel-Kamińska | 03-10-2025            | 11:20               | 12:05               | 00:45         |
| 14 z 17 Moduł 2 część 4 - ćwiczenia (praktyka)                    | Monika Wiertel-Kamińska | 03-10-2025            | 12:05               | 12:50               | 00:45         |
| 15 z 17 Przerwa                                                   | Monika Wiertel-Kamińska | 03-10-2025            | 12:50               | 13:15               | 00:25         |
| 16 z 17 Moduł 2 część 5 - ćwiczenia (praktyka)                    | Monika Wiertel-Kamińska | 03-10-2025            | 13:15               | 14:00               | 00:45         |

| Przedmiot / temat zajęć                          | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--------------------------------------------------|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 17 z 17 Walidacja<br>- test teoretyczny (teoria) | -          | 03-10-2025            | 14:00               | 14:45               | 00:45         |

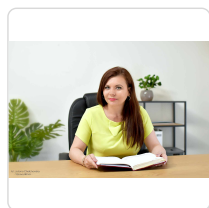
# Cennik

## Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 3 055,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 3 055,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 179,71 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 179,71 PLN   |

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

## Monika Wiertel-Kamińska

Socjolog, Doradca Zawodowy.

Trener w Akademii Menadżera HR (przez BUR)

Wykładowca na studiach podyplomowych dla kierunków Zarządzanie Zasobami Ludzkimi.

Od 5 lat własna firma rekrutacyjno-szkoleniowa.

Doświadczony HR Business Partner, Headhunter, Rekruter, Expert ds.HR. Specjalista Employer Branding.

Profil własny na LinkedIn ma ponad 10 tys kontaktów biznesowych.

Wykształcenie:

03.2022 ukończona Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego Kierunek: doradztwo społeczne i zawodowe Specjalizacja: Instytucje Rynku Pracy

Poziom wykształcenie: studia podyplomowe

09.2009 ukończona Wyższa Szkoła Ekonomii i Informatyki TWP Olsztyn

Kierunek: socjologia

Specjalizacja: Administracja Publiczna, Komunikacja Społeczna i Dziennikarstwo

Poziom wykształcenie: licencjat

Kursy z ostatnich 5 lat:

ukończenie następujących kursów w 2025 r.:

- Nowoczesna komunikacja w HR
- Automatyzacja w HR
- Cyberbezpieczeństwo w HR
- Sztuczna inteligencja w HR.

2021 - Licencjonowany Trener Odporności Psychiczej/ MTQ Plus, Organizator: AQR International  
Trenerek przeprowadziła ponad 100 godzin szkoleń w ramach stosowania LinkedIn w sprzedaży B2B i budowaniu marki, w tym w zakresie: optymalizacji profilu LinkedIn, budowania i zarządzania siecią kontaktów, content marketingu na LinkedIn, sprzedaży B2B, analizowania rynku i konkurencji oraz korzystania z zaawansowanych narzędzi, takich jak Sales Navigator, LinkedIn Ads czy Analytics.



2 z 2

## Agnieszka Czapryn

Wykształcenie wyższe, mgr filologii polskiej

Ukończone 2 letnie studia podyplomowe w Państwowej Wyższej Szkole Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. L.Schillera w Łodzi - Produkcja

Mediów Cyfrowych. Ukończone studium przy Teatrze Jaracza w Olsztynie - Warsztat reżysera.

Ponad 20 lat doświadczenia w tworzeniu strategii, promowaniu i monetyzowaniu marek i produktów

Ponad 10 lat doświadczenia w prowadzeniu social mediów dla klientów z

Polski i zagranicy. Prowadzenie marek osobistych w Luksemburgu (ok. 4 lata pracy i życia w tym kraju).

Doświadczenie w prowadzeniu marek osobistych dla klientów z różnych branż (m.in. HR, nieruchomości, ubezpieczenia, technologie, sprzedaż detaliczna, kursy online).

Doświadczenie w tworzeniu treści do mediów online i tradycyjnych (była dziennikarka Gazety Wyborczej, Super Expressu i Gazety Olsztyńskiej).

Doświadczenie w prowadzeniu PR dla dużej firmy medialnej.

Doświadczenie w przygotowywaniu materiałów graficznych, video (rolki, firmy brandingowe, od scenariusza do realizacji) i spotów radiowych dla klientów z różnych branż.

Obecnie prowadzi agencję marketingową Acedora specjalizującą się w promocji marek osobistych i marek firm. Współpracuje z firmami szkoleniowymi w zakresie przeprowadzania dedykowanych szkoleń z zakresu marek osobistych i marketingu.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik szkolenia otrzyma od organizatora materiały szkoleniowe - dydaktyczne w formie elektronicznej.

### Warunki uczestnictwa

W przypadku szkoleń dofinansowanych warunkiem uczestnictwa jest stworzenie przez uczestnika szkolenia konta w Bazie Usług Rozwojowych oraz wywiązanie się z warunków, które są przedstawione przez konkretnego Operatora, do którego przekazywane są dokumenty o dofinansowanie do danej usługi rozwojowej.

Przedsiębiorca jest zobowiązany do założenia konta uczestnika instytucjonalnego w BUR. Pracownik przewidziany do udziału w Projekcie jest zobowiązany do założenia konta uczestnika indywidualnego w BUR, na stronie [www.uslugirozwojowe.parp.gov.pl](http://www.uslugirozwojowe.parp.gov.pl) oraz przypisania się do profilu instytucjonalnego przedsiębiorcy. Przedsiębiorcy powinni spełniać warunki przedstawione przez danego Operatora, do którego zostały złożone dokumenty o dofinansowanie do usługi rozwojowej.

Uczestnik otrzyma stosowne zaświadczenie lub certyfikat po zakończeniu usługi, pod warunkiem spełnienia kryterium obecności na minimum 80% zajęć. Obecność będzie odnotowywana na listach obecności prowadzonych każdego dnia szkolenia.

## Informacje dodatkowe

- 1 godzina szkoleniowa = 45 minut
- Przerwy nie wliczają się w czas usługi
- 10 godzin teoretycznych, 6 godzin praktycznych zajęć, 1 godzina walidacji
- Szkolenie prowadzone jest na platformie Zoom.
- W przypadku uczestniczenia w usłudze osoby z niepełnosprawnością usługa zostanie dostosowana do jej potrzeb.

Zwolnienie z VAT Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. ze zmianami w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień oraz warunków stosowania tych zwolnień (par.3 ust.1 pkt.14).

## Warunki techniczne

Wymaganie sprzętowe:

komputer wyposażony w kamerę, mikrofon i głośnik z aktualnym systemem operacyjnym (Windows, macOS lub Linux) i co najmniej 2 GB pamięci RAM

Parametry łącza sieciowego:

szybkość pobierania i wysyłania co najmniej 5Mb/s.

Minimalne parametry potrzebne do obsługi komunikatora dla:

a) Systemu Windows 10 w wersji 1507 lub nowszej Systemu Windows 8 Systemu Windows 7 Systemu Windows 32 (obsługiwane są wersje 64- i 64-bitowe) 1. Procesor Co najmniej 1 GHz 2. Pamięć RAM Co najmniej 512 MB 3. Dodatkowe oprogramowanie DirectX w wersji 9.0 lub nowszej

b) komputery Mac system Mac OS X 10.10 lub nowszego 1. Procesor co najmniej Intel 1 GHz (Core 2 Duo) 2. Pamięć RAM Co najmniej 1 GB 3. Dodatkowe oprogramowanie Najnowsza wersja programu QuickTime Łącze internetowe: min download: 768 Mb/s, min upload: 384 Mb/s (APMG Int. zaleca korzystanie z łącza stałego).

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów (czytnik plików pdf oraz doc).

Szkolenie prowadzone będzie na platformie Zoom.

## Kontakt



**Magdalena Magierka**

**E-mail** magierkamagdalena@gmail.com

**Telefon** (+48) 690 060 620