



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5
1 573 oceny

**Szkolenie Marketing internetowy:
Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok
z elementami AI. Videomarketing - rolki.
Canva. System reklamowy Meta Advance.
4 dni [Kierunek-Rozwój, Małopolski pociąg
do kariery, Bony Rozwojowe]**

Numer usługi 2025/08/08/118911/2930677

- 📍 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 🕒 32 h
- 📅 15.09.2025 do 23.09.2025

2 880,00 PLN brutto
2 880,00 PLN netto
90,00 PLN brutto/h
90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikatory projektów	Małopolski Pociąg do kariery
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do : • Jednoosobowych działalności gospodarczych • Osób fizycznych zainteresowanych tematyką • Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli • Specjalistów SEO / SEM • Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników • Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów • Wyszczególnionych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce • Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd. • Uczestników projektu Kierunek-Rozwój • Uczestników projektu Bony rozwojowe • Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE • Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	8
Data zakończenia rekrutacji	12-09-2025

Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	32
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych takich jak Facebook, Instagram, TikTok oraz do wykorzystania różnych metod promocji firmy w sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy krótki i długie filmy bezpośrednio z aplikacji Instagram i TikTok	Wykorzystuje dostępne mu narzędzia do tworzenia materiałów video	Test teoretyczny
	Edytuje nagrywane materiały.	Test teoretyczny
	Wykorzystuje aplikację CapCut, Mojo, VN do tworzenia rolek	Test teoretyczny
	Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów	Test teoretyczny
	Tworzy strategie marketingowe za pomocą Social Media	Test teoretyczny
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego	Test teoretyczny
	Definiuje zmiany zachodzące w algorytmie Facebooka i dostosuje swoje działania w sieci	Test teoretyczny
	Wykorzystuje Canvę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy grupy docelowej dostosowanej dla swojej branży	Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych	Test teoretyczny
	Definiuje cele reklamowe w Menedżerze reklam i dostosuje je do strategii marketingowej firmy	Test teoretyczny
	Charakteryzuje potrzeby i oczekiwania grupy docelowej.	Test teoretyczny
Potrafi efektywnie współpracować w zespole projektowym przy planowaniu i realizacji kampanii marketingowych w mediach społecznościowych.	Potrafi przedstawić swoją koncepcję kampanii i uzasadnić ją na forum grupy, przyjmując konstruktywną krytykę.	Test teoretyczny
	Bierze aktywny udział w podziale zadań oraz wspiera pozostałych członków zespołu w realizacji wspólnych celów marketingowych.	Test teoretyczny
Rozumie znaczenie etycznej i odpowiedzialnej komunikacji w marketingu internetowym, w tym w kontekście tworzenia treści z wykorzystaniem AI.	Potrafi wskazać potencjalne ryzyka w tworzeniu i publikowaniu treści reklamowych z użyciem AI oraz proponuje sposoby ich ograniczenia.	Test teoretyczny
	Wykazuje świadomość wpływu publikowanych treści na odbiorców i dostosowuje przekaz do zasad etyki i odpowiedzialności społecznej.	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

Usługa zdalna w czasie rzeczywistym, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Liczba godzin praktycznych: 38h

Liczba godzin teoretycznych: 10h

I DZIEŃ

Pre-test w ramach walidacji

I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria

- Cele krótkoterminowe w budowania strategii e-marketingowej
- Cele długoterminowe w budowie strategii e-marketingowej

Fundamenty Facebooka

- Analiza konta na Facebooku - Case study - analiza profilu własnego mocne i słabe strony
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a
- Przykłady dobrych profili na Facebooku
- Jak wyznaczać cele marketingowe dla siebie i zespołu
- Spójność identyfikacji. Najważniejsze ustawienia Fanpage'a

II Blok - Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. Teoria + praktyka

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka
- Jak pisać by nas czytali i zaangażować odbiorców pod postem.

• Tworzenie media planu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji AI. Narzędzia copywrittera

- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje
- Jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie
- Sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców

III Blok - Canva - omówienie programu - praktyka

- Podstawy Canvy
- Najlepsze formaty grafik w SM

IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna - praktyka

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystyki i fontów
- Tworzenie animacji
- Tricki

DZIEŃ II

I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka

- Konfiguracja Business Menedżera

II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria + praktyka

- Analiza i tworzenie grup docelowych.
- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.

III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe -teoria + praktyka

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły
- Analiza dotychczasowych wyników reklam
- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych

Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram

- Omówienie celów:
- Jak pozyskać nowych klientów
- Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage
- Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze
- Jak kierować fanów na stronę internetową
- Jak badać konwersję z koszyka i zakupów

IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka

I część - Konfiguracja niestandardowych formatów reklam

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy
- Post na dzień dobry
- Posty reklamowe na stronie

II część – Meta Advance - techniki zaawansowane - współdzielenie ekranu

- Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak podglądać reklamy konkurencji
- Które wskaźniki na Facebooku mają znaczenie, a które można pominąć.
- Optymalizacja reklam
- Jak i kiedy wprowadzać zmiany w kampaniach

- Wykluczenia – w jaki sposób i dlaczego operować nimi w kampaniach
- Grupowanie zainteresowań, stawki ręczne i inne nietypowe rozwiązania, sztuczki i luki w systemie, które zwiększają wyniki na FB i IG
- Optymalizacja budżetu
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2025**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie**

III DZIEŃ

I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka

- Przedstawienie Instagrama: Funkcje, różnice, cele
- Jak platforma ewoluowała od początków do dzisiaj. Z platformy fotograficznej do multimedialnego giganta.
- Najważniejsze kamienie milowe: Stories, Reels, zakupy bezpośrednio z aplikacji
- Jak zmieniały się trendy użytkowników na przestrzeni lat?
- Analiza profili
- Jak stworzyć rozpoznawalny brand?
- Omówienie najważniejszych sekcji
- Jak interpretować proste statystyki?
- Threads: nowości na Instagramie

II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka

- Hashtagi w nich siła. Jak działają hashtagi w 2025 roku?
- Jak zwiększać organicznie zasięgi.
- Interakcje z followersami na Instagramie
- Pomysły na media plan
- Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki
- Cele reklamowe na Instagramie
- Co nowego po aktualizacjach?
- Co czeka nas w najbliższym czasie?

III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji - praktyka

- Trendy muzyczne na Instagramie, pomysły na ciekawą rolkę
- Najważniejsze ustawienia telefonów: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie
- Opis na rolkach
- Identyfikacja graficzna
- Aplikacje do tworzenia rolek Mojo oraz CapCut

IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, rozmowa na żywo

- Dlaczego współpraca z influencerami jest skuteczna?
- Dobór odpowiednich influencerów
- Rodzaje współprac
- Kreacja treści

- Tworzenie briefu
- Dopasowywanie tribów
- Jak angażować widownię?

IV DZIEŃ

I Blok - Dlaczego TikTok? – teoria

- Dlaczego TikTok?
- Statystyki na TikToku. Nasza grupa docelowa
- Optymalne nagrywanie na TikToku
- Co nagrywać na TikToku? Pomysł na content. Case study
- Język TikToka. Najważniejsze pojęcia
- Jak działają Algorytmy na TikToku?

II Blok – TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka

- Trendy muzyczne na TikToku
- Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka
- Opisy na rolach
- Opowieść i MV na TikToku

III Blok – CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka

- CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje
- Praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animację
- Nagrywanie video pod obróbkę – trzy triki

IV Blok - CapCut i VN– zaawansowane funkcje - współdzielenie ekranu.

- Dynamizm w rolkach
- Nagrywanie pod bit
- Odwrócenie obrazu
- Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
- Dodawanie Lektora
- Mojo – alternatywny program do relacji i rolek

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 30 Pre-test w ramach walidacji	-	15-09-2025	08:30	08:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 30 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria	Magdalena Głomska	15-09-2025	08:45	10:00	01:15
3 z 30 Przerwa 30 minut	Magdalena Głomska	15-09-2025	10:00	10:30	00:30
4 z 30 II Blok - Content marketing i Media Plan przy wsparciu sztucznej inteligencji AI – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści.	Magdalena Głomska	15-09-2025	10:30	12:00	01:30
5 z 30 Przerwa 15 minut	Magdalena Głomska	15-09-2025	12:00	12:15	00:15
6 z 30 III Blok - Canva - omówienie programu - praktyka	Magdalena Głomska	15-09-2025	12:15	13:45	01:30
7 z 30 Przerwa	Magdalena Głomska	15-09-2025	13:45	14:00	00:15
8 z 30 IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna - praktyka	Magdalena Głomska	15-09-2025	14:00	15:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 30 I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka	Magdalena Głomska	16-09-2025	08:30	10:00	01:30
10 z 30 Przerwa	Magdalena Głomska	16-09-2025	10:00	10:30	00:30
11 z 30 II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria + praktyka	Magdalena Głomska	16-09-2025	10:30	12:00	01:30
12 z 30 Przerwa	Magdalena Głomska	16-09-2025	12:00	12:15	00:15
13 z 30 III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria + praktyka	Magdalena Głomska	16-09-2025	12:15	13:45	01:30
14 z 30 Przerwa	Magdalena Głomska	16-09-2025	13:45	14:00	00:15
15 z 30 IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka	Magdalena Głomska	16-09-2025	14:00	15:30	01:30
16 z 30 I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka	Paulina Łuczak	22-09-2025	08:30	10:00	01:30
17 z 30 Przerwa	Paulina Łuczak	22-09-2025	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 30 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka	Paulina Łuczak	22-09-2025	10:30	12:00	01:30
19 z 30 Przerwa	Paulina Łuczak	22-09-2025	12:00	12:15	00:15
20 z 30 III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania w aplikacji - praktyka	Paulina Łuczak	22-09-2025	12:15	13:45	01:30
21 z 30 Przerwa	Paulina Łuczak	22-09-2025	13:45	15:00	01:15
22 z 30 IV Blok – Influencer Marketing na Instagramie- teoria, rozmowa na żywo	Paulina Łuczak	22-09-2025	13:45	15:00	01:15
23 z 30 I Blok - Dlaczego TikTok? – teoria	Paulina Łuczak	23-09-2025	08:30	10:00	01:30
24 z 30 Przerwa	Paulina Łuczak	23-09-2025	10:00	10:30	00:30
25 z 30 II Blok – TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka	Paulina Łuczak	23-09-2025	10:30	12:00	01:30
26 z 30 Przerwa`	Paulina Łuczak	23-09-2025	12:00	12:15	00:15
27 z 30 III Blok – CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka • CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje	Paulina Łuczak	23-09-2025	12:15	13:45	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
28 z 30 Przerwa	Paulina Łuczak	23-09-2025	13:45	14:00	00:15
29 z 30 IV Blok - CapCut i VN – zaawansowane funkcje - współdzielenie ekranu.	Paulina Łuczak	23-09-2025	14:00	15:15	01:15
30 z 30 Post-test w ramach walidacji	-	23-09-2025	15:15	15:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 880,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 880,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Paulina Łuczak

Posiada wykształcenie wyższe, absolwentka Uniwersytetu Merito w Gdańsku oraz programu Googla, ze współpracą z uczelnią SGH w Warszawie, pt. „Umiejętności Jutra”. Te doświadczenia doskonale przygotowały ją do pracy w marketingu cyfrowym.

Podczas trwania programu nabyła umiejętności zarządzania, strategii marketingowej i sprzedażowej, optymalizacji witryn dla wyszukiwarek SEO, zastosowanie reklam w wyszukiwarkach sieciowych oraz w Social Mediach, zdobyła wiedzę o performance marketingu w praktyce, zajmowała się również technologicznymi aspektami prowadzenia biznesu w sieci.

Swoje umiejętności codziennie rozwija w firmie Digital&Brand w Gdańsku. Dzięki swoim doświadczeniom została specjalistą działu marketingu, zajmuje się prowadzeniem wielu kont na Mediach Społecznościowych, między innymi TikTok, Instagram, Facebook. Jedną z ważniejszych funkcji jest także copywriting oraz wyszukiwanie i analiza treści pod kątem SEO i aktualnych

trendów w sieci. W ciągu ostatnich 5 lat przeprowadziła ponad 250h szkoleń i przeszkoliła ponad 100 osób z zakresu marketingu internetowego, w tym TikToka, Instagram i videomarketingu.



2 z 2

Magdalena Głomska

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej. Ukończyła wydział Zarządzania i Marketingu. Korzenie jej doświadczenia wywodzą się z dziedziny sprzedaży, z którą związana jest zawodowo od ponad 17 lat. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat obejmowała stanowiska menadżerskie, a także pracowała jako Dyrektor Marketingu zarządzając działem marketingu i sprzedaży. Wdrażała strategie marketingowe w firmie będącej dystrybutorem międzynarodowych marek. Od 5 lat jest właścicielem firmy i dyrektorem zarządzającym Agencji Marketingowej oraz Centrum Szkoleniowego „Digital Brand”, którą założyła bazując na własnym, praktycznym doświadczeniu marketingowo-sprzedażowym. Współpracuje z klientami różnych branż z całej Polski wspierając ich w potrzebnych dla nich obszarach sprzedażowo-marketingowych. Píše strategie marketingowe oraz wdraża wraz z zespołem jej narzędzia pomagając w przejściu transformacji cyfrowej. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener na szkoleniach o tematyce: Marketing dla branż, Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), Content marketing, Strategie marketingowe oraz sprzedażowe, Zarządzanie przedsiębiorstwem, Wprowadzanie produktów na rynek. Zrealizowała ponad 1500 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 5 lat i przeszkoliła ponad 800 osób.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrwała wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

<https://digitalbrand.com.pl/>

Informacje dodatkowe

- Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój
- Szkolenie prowadzone jest w godzinach dydaktycznych (16 godzin dydaktycznych = 12 godzin zegarowych)

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Sprawdź czy masz dostęp do swojego konta prywatnego na Facebooku

- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony firmowej na Facebooku, Instagramie i TikToku – jeśli nie – postaraj się uzyskać
- Załóż bezpłatny program graficzny Canva. Nie trzeba go instalować, wystarczy logować się w przeglądarce internetowej. Można także skorzystać testowej, bezpłatnej wersji Canva PRO (okres testowy wynosi 30 dni)
- Przygotuj 3-4 zdjęcia firmowe (mogą być także prywatne) oraz 1-2 krótkie filmy do 10 sekund

Warunki techniczne

Rekomendowane warunki techniczne:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Szkolenie realizowane jest na platformie ClickMeeting. 3 dni przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link do szkolenia.
- Link jest aktywny od rozpoczęcia szkolenia do daty jego zakończenia
- Ponieważ ClickMeeting jest platformą opartą na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.
- Aby mieć pewność, że możemy wziąć udział w wydarzeniu bez jakichkolwiek problemów, warto przed szkoleniem sprawdzić działanie platformy, dźwięku i kamery za pomocą udostępnionego podczas logowania **Testu konfiguracji systemu** i postępować zgodnie z instrukcją
- **Działająca kamera i mikrofon** w celu POTWIERDZENIA I UDOKUMENTOWANIA SWOJEJ OBECNOŚCI PODCZAS SZKOLENIA (warunek obligatoryjny dla szkoleń z dofinansowaniem)
- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)
- Stabilne połączenie z Internetem
- Rekomendujemy, aby podczas szkolenia móc korzystać z dwóch monitorów – na jednym, żeby była wyświetlana szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.

Instrukcja "Jak korzystać z programu Clickmeeting" znajduje się na stronie:

- **w formie filmu instruktażowego:**
<https://www.youtube.com/watch?v=BCq6KzIVhdo>
- **w formie Instrukcji pdf na stronie**
<https://digitalbrand.com.pl/>

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506