



SMART BRAND
JOANNA CEPLIN

★★★★★ 4,6 / 5

11 ocen

Specjalista ds. mediów społecznościowych. Kod zawodu: 243110 (Social Media Specialist, Strategia mediów, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube, AI, Sztuczna inteligencja)

Numer usługi 2025/09/11/144735/3001292

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 30 h

📅 30.09.2025 do 06.12.2025

4 900,00 PLN brutto

4 900,00 PLN netto

163,33 PLN brutto/h

163,33 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest dla:

Osób chcących zdobyć umiejętności i kompetencje potrzebne do prowadzenia profili społecznościowych,

Freelancerów i osób pracujących w działach marketingu i na samodzielnych stanowiskach,

Osób mających świadomość potrzeby ciągłego rozwoju i samodoskonalenia, gdyż jest to bardzo dynamicznie zmieniający się obszar,

Pracodawców, którzy chcą podnosić kompetencje pracowników i oddelegowywać im nowe zadania,

Początkujących i średnio zaawansowanych.

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

40

Data zakończenia rekrutacji

29-09-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

30

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

Szkolenie przygotowuje do pracy na stanowisku Specjalista ds. Mediów Społecznościowych.

Po ukończeniu naszego programu rozwojowego kursanci zdobędą umiejętność prezentowania się podczas rozmów kwalifikacyjnych, wiedzę na temat budowania marki osobistej w social mediach, wsparcie w poszukiwaniu pracy i rozwoju swojej kariery poprzez działania w social mediach.

Dzięki szkoleniu zdobędziesz praktyczną wiedzę i umiejętności potrzebne na stanowisku Specjalista ds. social media / Social Media

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Formułuje i oferuje własną usługę dostosowaną do potrzeb klientów.	Opracowuje skuteczną ofertę współpracy, dostosowaną do potrzeb klientów.	Test teoretyczny
Wykorzystuje sztuczną inteligencję do planowania, optymalizacji i realizacji działań zwiększających produktywność.	Generuje wysokiej jakości treści i grafiki oraz projektuje kalendarz publikacji na różne platformy.	Test teoretyczny
Stosuje wiedzę i narzędzia do zwiększania dochodów oraz budowania przewagi konkurencyjnej na rynku pracy.	Posługuje się narzędziami analitycznymi i realizuje kampanie z udziałem influencerów, oceniając ich efektywność.	Test teoretyczny
Analizuje potrzeby biznesowe i projektuje strategię działań w mediach społecznościowych.	Diagnostuje cele biznesowe oraz grupę docelową.	Test teoretyczny
	Projektuje plan komunikacji w social media z uwzględnieniem specyfiki wybranych platform (np. Meta, TikTok, LinkedIn).	
	Uzasadnia wybór kanałów i formatów działań względem założeń biznesowych.	
Obsługuje platformy społecznościowe (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn) w zakresie planowania i publikacji treści.	Planuje harmonogram publikacji dostosowany do algorytmów poszczególnych platform.	Test teoretyczny
	Dobiera odpowiednie formaty treści (reels, shorts, live, stories) dla danego medium.	
	Monitoruje wyniki publikacji i optymalizuje treści na podstawie danych analitycznych.	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Ocenia efektywność kampanii marketingowych i zarządza współpracą z influencerami.	Sporządza raporty z wynikami kampanii, uwzględniając kluczowe wskaźniki (np. zasięg, zaangażowanie, konwersje). Interpretuje dane i formułuje wnioski dotyczące skuteczności działań. Kontroluje realizację działań zgodnie z założeniami kampanii.	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

Szkolenie składa się z 30 godzin zegarowych. Zajęcia odbywają się na żywo online w godzinach 19.00-21:15, bez planowanych przerw.

Walidacja wlicza się w czas trwania usługi.

Zajęcia prowadzone są tylko w formie teoretycznej, brak części praktycznej. To samo się tyczy egzaminu (test teoretyczny).

Dostęp do nagrań i materiałów dodatkowych przez 12 miesięcy.

Zajęcia odbywają się zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy streamingowej ZOOM lub ClickMeeting.

Dodatkowo materiały edukacyjne wraz z nagraniami wideo umieszczone są w dedykowanej platformie szkoleniowej pod adresem <https://platforma.imok.edu.pl>

Zakres tematyczny:

Analiza potrzeb biznesowych i strategia działań w social media.

Strategia i zasięgi organiczne (strategia polegająca na pozyskiwaniu klientów bez ponoszenia kosztów, bezpłatnie czyli jak dotrzeć do odbiorców bez płaćenia za reklamy – w sposób naturalny (organiczny).

- Platformy - Facebook (ekosystem META - miejsca w sieci należące do firmy META, wszystkie platformy, które działają razem.).
- Platformy - Instagram (ekosystem META - miejsca w sieci należące do firmy META, wszystkie platformy, które działają razem).
- Platformy - TikTok.
- Platformy - YouTube.
- Obsługa klienta. Dobre praktyki oraz zarządzanie kryzysami.
- Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media.
- Sporządzanie analiz i raportów w zakresie efektywności prowadzonych kampanii.
- Współpraca z influencerami.
- Formaty i strategie kampanii płatnych.
- Platformy - LinkedIn.
- Przygotowanie do egzaminu + pytania (sesja Q&A).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 40

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 40 30.09.2025 - Analiza potrzeb biznesowych i strategia działań w social media.	Joanna Ceplin	30-09-2025	19:00	19:45	00:45
2 z 40 Kim jest Specjalista ds. Mediów Społecznościowych i jakie ma obowiązki.	Joanna Ceplin	30-09-2025	19:45	20:30	00:45
3 z 40 Jak pracować z liderem zespołu, managerem lub ekspertem, budując przy tym swoją markę osobistą.	Joanna Ceplin	30-09-2025	20:30	21:15	00:45
4 z 40 Strategia i zasięgi organiczne. Umiejętność planowania strategii w SM krok po kroku.	Joanna Ceplin	02-10-2025	19:00	19:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 40 Kalendarz contentowy i sposoby jego planowania.	Joanna Ceplin	02-10-2025	19:45	20:30	00:45
6 z 40 Materiały edukacyjne, które się nie dezaktualizują i pozwalają stale poszerzać swoją wiedzę.	Joanna Ceplin	02-10-2025	20:30	21:15	00:45
7 z 40 Platforma Facebook. Skuteczne prowadzenie działań reklamowych.	Wiktoria Drozd	07-10-2025	19:00	19:45	00:45
8 z 40 Platforma Facebook. Poznanie skutecznej biznesowej komunikacji.	Wiktoria Drozd	07-10-2025	19:45	20:30	00:45
9 z 40 Platforma Facebook. Umiejętność wyszukiwania najświeższych i aktualnych informacji środowiska META.	Wiktoria Drozd	07-10-2025	20:30	21:15	00:45
10 z 40 Platforma Instagram (ekosystem Meta) cz. 1	Karolina Orzechowska	09-10-2025	19:00	19:45	00:45
11 z 40 Platforma Instagram (ekosystem Meta) cz. 2	Karolina Orzechowska	09-10-2025	19:45	20:30	00:45
12 z 40 Platforma Instagram (ekosystem Meta) cz. 3	Karolina Orzechowska	09-10-2025	20:30	21:15	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 40 Platforma TikTok. TikTok jako platforma społecznościowa i jego algorytm .	Marta Kasprzak	14-10-2025	19:00	19:45	00:45
14 z 40 Strategie tworzenia skutecznych treści na TikToka	Marta Kasprzak	14-10-2025	19:45	20:30	00:45
15 z 40 TikTok w strategii marketingowej marki oraz praktyczne wskazówki i przykłady.	Marta Kasprzak	14-10-2025	20:30	21:15	00:45
16 z 40 Platforma YouTube Tworzenie od podstaw kanału na YouTube.	Kamil Bolek	16-10-2025	19:00	19:45	00:45
17 z 40 Zrozumienie, jak działają algorytmy YouTube i jak zdobywać widzów.	Kamil Bolek	16-10-2025	19:45	20:30	00:45
18 z 40 Poznanie uniwersalnego schematu narracyjnego pozwalającego na tworzenie efektywnych wideo (takich, które łapią, utrzymują uwagę i sprzedają).	Kamil Bolek	16-10-2025	20:30	21:15	00:45
19 z 40 Obsługa klienta. Dobre praktyki oraz zarządzanie kryzysami cz.1	Wojtek Żywolt	21-10-2025	19:00	19:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 40 Obsługa klienta. Dobre praktyki oraz zarządzanie kryzysami cz.2	Wojtek Żywolt	21-10-2025	19:45	20:30	00:45
21 z 40 Obsługa klienta. Dobre praktyki oraz zarządzanie kryzysami cz.3	Wojtek Żywolt	21-10-2025	20:30	21:15	00:45
22 z 40 Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media cz.1	Kacper Zamojski	23-10-2025	19:00	19:45	00:45
23 z 40 Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media cz.2	Kacper Zamojski	23-10-2025	19:45	20:30	00:45
24 z 40 Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media cz.3	Kacper Zamojski	23-10-2025	20:30	21:15	00:45
25 z 40 Sporządzanie analiz i raportów w zakresie efektywności prowadzonych kampanii Zrozumienie analityki i umiejętność wyciągania z niej wniosków oraz stawiania rekomendacji.	Wiktoria Drozd	28-10-2025	19:00	19:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
26 z 40 Lista darmowych narzędzi analitycznych do wykorzystania od razu.	Wiktoria Drozd	28-10-2025	19:45	20:30	00:45
27 z 40 Umiejętność skuteczniejszego tworzenia raportów.	Wiktoria Drozd	28-10-2025	20:30	21:15	00:45
28 z 40 Współpraca z influencerami Przygotowanie kampanii – dobór influencerów zgodnie z celem kampanii i tworzenie precyzyjnego briefu.	Natalia Sochacka	04-11-2025	19:00	19:45	00:45
29 z 40 Zasady dobrej egzekucji – way of work, efektywna współpraca z influencerem lub agencją .	Natalia Sochacka	04-11-2025	19:45	20:30	00:45
30 z 40 Raportowanie i ocena skuteczności – raportowanie i weryfikacja efektywności kampanii, czyli co oznacza dobrze przeprowadzona kampania influencer marketingowa.	Natalia Sochacka	04-11-2025	20:30	21:15	00:45
31 z 40 Przygotowanie do egzaminu + sesja Q&A cz.1	Joanna Ceplin	06-11-2025	19:00	19:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
32 z 40 Przygotowanie do egzaminu + sesja Q&A cz.2	Joanna Ceplin	06-11-2025	19:45	20:30	00:45
33 z 40 Przygotowanie do egzaminu + sesja Q&A cz.3	Joanna Ceplin	06-11-2025	20:30	21:15	00:45
34 z 40 Formaty i strategie kampanii płatnych. Najważniejsze formaty i cele reklamowe.	Daniel Bossy	13-11-2025	19:00	19:45	00:45
35 z 40 Jak stosować formaty i cele i do czego służą.	Daniel Bossy	13-11-2025	19:45	20:30	00:45
36 z 40 Tworzenie prostych strategii kampanii płatnych.	Daniel Bossy	13-11-2025	20:30	21:15	00:45
37 z 40 Platforma LinkedIn cz.1	Marcin Banaszkiewicz	18-11-2025	19:00	19:45	00:45
38 z 40 Platforma LinkedIn cz.2	Marcin Banaszkiewicz	18-11-2025	19:45	20:30	00:45
39 z 40 Platforma LinkedIn cz.3	Marcin Banaszkiewicz	18-11-2025	20:30	21:15	00:45
40 z 40 Egzamin	-	06-12-2025	19:00	19:45	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 900,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

163,33 PLN

Koszt osobogodziny netto

163,33 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 10



1 z 10

Kacper Zamojski

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat. Autor e-booka „Alsystent”, ekspert wdrożeń sztucznej inteligencji, wykładowca akademicki.

Od sześciu lat zajmuje się praktycznymi, biznesowymi zastosowaniami sztucznej inteligencji. Dzięki swojemu wykształceniu i doświadczeniu zawodowemu poznał sztuczną inteligencję od strony prawnej, technicznej, biznesowej i marketingowej. Ukończył studia prawnicze oraz studia podyplomowe z zarządzania projektami sztucznej inteligencji.



2 z 10

Marcin Banaszkiewicz

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat. Jest autorem jedyne w Polsce szkolenia z LinkedIn: Strategia Marki Personalnej. Tworzy i wdraża programy Social Selling i Employee Advocacy w największych i najmniejszych firmach na świecie. Jest twórcą Społeczności H2H ❤️ i wykładowcą akademickim z zakresu Social Mediów. Na co dzień wspiera osoby, które do ekspozycji swojej reputacji w przestrzeni publicznej, chcą wykorzystać portal LinkedIn. Uczy tego jak szybko i skutecznie zrealizować swoje cele zawodowe, dzięki komunikacji „jeden do wielu”. Pokazuje możliwości portalu LinkedIn w procesach poszukiwania pracy, w procesach pozyskiwania najlepszych talentów na rynku i uczy sprzedawać nawet tych, którzy tego nie lubią. Jest twórcą #SzczytuH2H ❤️ i Dnia Wsparcia Osób z Niepełnosprawnościami w Biznesie. Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager: Platforma: LinkedIn



3 z 10

Karolina Orzechowska

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat. Ekspertka Instagrama Od ponad 15 lat uczy przedsiębiorczynie, jak skutecznie sprzedawać w mediach społecznościowych bez presji i w zgodzie ze sobą. Jest jedną z TOP30 biznesowych influencerów na Instagramie wyróżnioną przez ForbesWomen. Pokazuje, jak strategicznie budować komunikację i marketing, by przyciągać wartościowych klientów i rozwijać biznes długofalowo. Pracuje głównie na ruchu organicznym, bez płatnych reklam, choć podkreśla, że reklama to wartościowe narzędzie.



4 z 10

Marta Kasprzak

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat. Specjalistka od TikToka i short video w social mediach Szkoli firmy i instytucje z mobile video marketingu. Pomaga klientom budować markę osobistą i tworzyć skuteczne treści na TikToka. Realizuje video od A do Z: strategia, nagrania, montaż, opisy i publikacja. Współpracowała m.in. z IKEA i IMKER



5 z 10

Daniel Bossy

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat. Ekspert marketingu internetowego. Specjalizuje się w pozyskiwaniu klientów i skalowaniu sprzedaży online, wykorzystując takie platformy jak Facebook, Instagram, YouTube, TikTok i Google Ads. Jego podejście do marketingu opiera się na sprawdzonych rozwiązaniach i praktycznych działaniach, które przynoszą realne efekty. Nie tylko tworzy skuteczne kampanie dla swoich klientów, ale także projektuje kompletne systemy sprzedażowe oparte na automatyzacji i lejkach marketingowych.



6 z 10

Joanna Ceplin

Joanna Ceplin, ekspertka digital marketingu & mediów społecznościowych, prekursorka na rynku szkoleń online.

Wykształcenie kierunkowe: wyższe Marketing i Zarządzanie,

II kierunek: Relacje Inwestorskie,

III kierunek: Akademia Psychologii Przywództwa.

Ponad 14 lat doświadczenia w digital marketingu i e-commerce.

Twórczyni ponad 50 szkoleń i kursów online z zakresu marketingu online i mediów społecznościowych.

Żalążcielka & CEO Instytutu Marki Online i Komunikacji (imok.edu.pl) – platformy edukacyjnej, oferującej 4-miesięczne szkolenia z certyfikacją zawodową MEN w obszarze mediów społecznościowych, sprzedaży online, a także zawodów i kompetencji przyszłości.

Specjalizuje się w strategii marki i online marketingu. Z sukcesami doradza jak efektywnie wykorzystywać siłę mediów społecznościowych do budowania relacji i komunikacji, swoją wiedza dzieli się na blogu i w podkaście. Autorka bestsellera „Uwierz w swoją markę online” oraz kilkudziesięciu kursów online. Jako certyfikowany mentor biznesu pomaga w rozwoju marek osobistych, firm i startupów. Współpracuje i doradza takim markom jak: mBank, Orange, Allegro, Zepter, Budimex.

Autorka artykułów w „Forbes.pl”, „My Company Polska” i w wielu innych, na temat wpływu mediów społecznościowych na rozwój biznesu i marki.

Laureatka konkursu Sukces Roku w kategorii „Innowacyjne działania w komunikacji”.



7 z 10

Kamil Bolek

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat. Kamil Bolek Ekspert w zakresie influencer marketingu oraz YouTube, psycholog Business Development Director agencji Teras of Joy. PR-owiec wyspecjalizowany w komunikacji B2B, marketer, psycholog, wykładowca MBA, arbiter Komisji Etyki Reklamy, mówca, autor badań, opracowań, etc.



8 z 10

Wiktoria Drozd

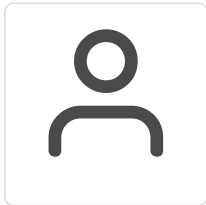
Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat. Właścicielka firmy Digital Heart. Wspiera firmy w starcie i wzroście, w 2023 i 2021 roku została Strong Woman in IT. Od ponad dekady zajmuje się projektowaniem i tworzeniem treści, zbierała doświadczenie jako koordynator projektów oraz experience designer. W Digital Heart jako founderka dba, by koszty pozyskania klientów były niskie, a konwersje wysokie i podpowiada, jak edukować odbiorców, by byli gotowi, by zostać klientami. Zanim została przedsiębiorczynią, wdrażała też kompleksowe strategie wzrostu MŚP oraz startupów dla produktów B2C, SaaS, kursów online, fintech i aplikacji mobilnych.

9 z 10



Natalia Sochacka

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat. Psycholożka biznesu, specjalistka influencer marketingu Doświadczenie w influencer marketingu zdobywała prowadząc kampanie marketingowe w agencji Lettly. Była odpowiedzialna m.in. za projekty dla marki AXE i Iwostin. Pracę przy kampaniach łączy z managementem influencerów i kreatywnym wspieraniem twórców internetowych w budowaniu ich kariery. Łączy strategiczne myślenie z kreatywnością, wierząc, że skuteczny marketing to połączenie odwagi, trendów i dogłębnej analizy odbiorców. Po godzinach scrolluje TikToka, tworzy treści wideo i inspirowa się kulturą Włoch.



10 z 10

Wojtek Żywolt

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat. Regional Paid Social Senior Specialist w WPP Media Poland

Absolwent mediów społecznościowych w zarządzaniu na Uniwersytecie Jagiellońskim. Był prelegentem podczas wiosennej edycji konferencji I love Marketing&Technology 2023. Wykładowca w TEB Edukacja, Instytucie Przedsiębiorczości Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytecie Pedagogicznym, Wyższej Szkole Ekonomii i Informatyki w Krakowie oraz Krakowskiej Szkole Biznesu UEK.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Zajęcia odbywają się zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy streamingowej ZOOM lub ClickMeeting.

Dodatkowo materiały edukacyjne wraz z nagraniami wideo umieszczone są w dedykowanej platformie szkoleniowej pod adresem <https://platforma.imok.edu.pl>

Dostęp do zajęć/nagrań ważny jest przez 12 miesięcy od momentu zakończenia szkolenia.

Więcej informacji o szkoleniu, kadrze oraz rekomendacjach znajduje się na stronie <https://imok.edu.pl/specjalista-do-spraw-mediow-spolescnosciowych/>

Informacje dodatkowe

Walidacja wliczona jest w czas trwania szkolenia i ujęta jest w harmonogramie.

Opłata za szkolenie jest zwolniona z podatku VAT.

Zwolnienie ze względu na rodzaj prowadzonej działalności (art. 43 ust. 1 pkt

26 ustawy o VAT).

Warunki techniczne

1. Platforma/rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa: szkolenie odbywa się za pośrednictwem platformy ZOOM. Materiały dydaktyczne wraz z nagraniami wideo umieszczone są w dedykowanej platformie szkoleniowej pod adresem <https://platforma.imok.edu.pl>

2. Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji: komputer z procesorem Intel Pentium 4 lub nowszy, obsługujący SSE2, 2 GB pamięci RAM, zainstalowany jeden z systemów operacyjnych Windows 7,8,10, macOS 10.9 lub nowszy. Dodatkowo wbudowany lub zewnętrzny mikrofon, opcjonalnie kamera video. (Do obsługi wideo w jakości

HD wymagany jest procesor Intel drugiej generacji i3/i5/i7 2,2 GHz, odpowiednik firmy AMD lub lepszy). Android z systemem 5.0 lub nowszy/iPhone z systemem iOS 11.0 lub nowszy.

3. Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik:

<https://support.google.com/a/answer/1279090>

4. Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: Przeglądarka Google Chrome lub Mozilla Firefox, Adobe Reader, Pakiet biurowy np Libre Office, Open office lub Microsoft office.

5. Linki do zajęć ważne są PRZEZ 12 miesięcy od daty zakupu.

6. Więcej informacji o szkoleniu, kadrze oraz rekomendacjach znajduje się na stronie:

<https://imok.edu.pl/specjalista-do-spraw-mediow-spolesczeniowych/>

Kontakt



Radosław Ceplin

E-mail radek@imok.edu.pl

Telefon (+48) 501 581 138