



Platformy sprzedażowe w praktyce – cyfrowe strategie i zielona transformacja w e-commerce

Numer usługi 2025/10/07/7675/3061906

7 687,50 PLN brutto
6 250,00 PLN netto
192,19 PLN brutto/h
156,25 PLN netto/h

Zakłady Badań i
Atestacji "ZETOM"
im. prof. F. Stauba w
Katowicach Spółka
z ograniczoną
odpowiedzialnością

★★★★★ 4,9 / 5

6 198 ocen

📍 Katowice

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 40:00 h

📅 14.07.2026 do 23.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób zajmujących się sprzedażą, marketingiem, obsługą klienta oraz rozwojem kanałów online. W szczególności przeznaczone dla przedsiębiorców i pracowników firm MŚP, którzy chcą efektywnie korzystać z platform sprzedażowych i rozwijać e-commerce w sposób zgodny z trendami cyfrowymi i środowiskowymi.

W szkoleniu mogą wziąć udział **wszystkie osoby zainteresowane tematyką szkolenia**, w szczególności **osoby biorące udział w projekcie 5.15 dla MŚP z województwa śląskiego**, które chcą rozwijać umiejętności cyfrowe w obszarze sprzedaży online i zielonego marketingu.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

13-07-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

40

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 prowadzenia sprzedaży na platformach e-commerce poprzez rozwój wiedzy o narzędziach cyfrowych i strategiach zrównoważonego rozwoju, umiejętności tworzenia i optymalizacji ofert oraz analizy danych sprzedażowych, a także kompetencji społecznych w zakresie współpracy, odpowiedzialności i etycznego działania w handlu online. Uczestnicy wykorzystują technologie cyfrowe do zwiększania efektywności i ekologiczności procesów sprzedażowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
W: Rozróżnia główne platformy sprzedażowe i ich funkcjonalności	Uczestnik wskazuje poprawne odpowiedzi dotyczące charakterystyki platform	Test teoretyczny
W: Charakteryzuje etapy zakładania i prowadzenia konta sprzedawcy na platformach e-commerce	Uczestnik wybiera poprawne odpowiedzi dotyczące procesu rejestracji i konfiguracji konta	Test teoretyczny
W: Wyjaśnia zasady optymalizacji ofert i działań sprzedażowych w środowisku platform	Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania dotyczące działań marketingowych i ofertowych	Test teoretyczny
W: Definiuje pojęcia związane z raportowaniem sprzedaży, analizą danych oraz śladem środowiskowym w e-commerce	Uczestnik poprawnie dopasowuje pojęcia do definicji	Test teoretyczny
W: Określa znaczenie strategii zrównoważonego rozwoju w kontekście handlu elektronicznego	Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania dotyczące wpływu e-commerce na środowisko i działań proekologicznych	Test teoretyczny
U: Zakłada i konfiguruje konto sprzedawcy na wybranej platformie sprzedażowej	Uczestnik prezentuje poprawnie skonfigurowane konto i jego podstawowe ustawienia	Analiza dowodów i deklaracji
U: Tworzy i optymalizuje ofertę sprzedażową uwzględniając aspekty marketingowe i środowiskowe	Uczestnik przedstawia przygotowaną ofertę z poprawnymi parametrami i opisem działań proekologicznych	Analiza dowodów i deklaracji
U: Analizuje dane sprzedażowe z platform i generuje raporty wspierające decyzje biznesowe	Uczestnik prezentuje przygotowany raport analityczny na podstawie danych sprzedażowych	Analiza dowodów i deklaracji
K: Współpracuje z zespołem przy opracowywaniu strategii sprzedaży online, wykazując inicjatywę i odpowiedzialność	Uczestnik dokumentuje swój wkład w pracę grupową i prezentuje efekty wspólnej strategii	Analiza dowodów i deklaracji

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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Moduł 1. Wprowadzenie do platform sprzedażowych i trendów zielonego handlu

Uczestnicy poznają podstawowe pojęcia związane z e-commerce oraz globalne trendy w zakresie zielonej transformacji handlu online. Omówione zostaną powiązania pomiędzy cyfrowymi kanałami sprzedaży a gospodarką obiegu zamkniętego.

Moduł 2. Ekosystem e-commerce i rola technologii cyfrowych

Moduł przedstawia strukturę rynku platform sprzedażowych oraz znaczenie integracji systemów cyfrowych w procesach sprzedaży. Uczestnicy poznają kluczowe narzędzia i platformy wykorzystywane w nowoczesnym handlu.

Moduł 3. Zielone kompetencje w sprzedaży internetowej – GreenComp w praktyce

Omówienie Europejskich Ram Kompetencji w zakresie zrównoważonego rozwoju (GreenComp) i ich zastosowania w e-commerce. Uczestnicy zidentyfikują zielone umiejętności potrzebne w planowaniu i prowadzeniu sprzedaży online.

Moduł 4. Przegląd platform krajowych i zagranicznych

Uczestnicy zapoznają się z funkcjonalnościami takich platform jak Allegro, Amazon, eBay czy Etsy. Porównają ich rozwiązania technologiczne oraz podejścia do kwestii środowiskowych, np. programy neutralności klimatycznej.

Moduł 5. Modele biznesowe i ich wpływ środowiskowy

Moduł omawia modele B2C, B2B, dropshipping oraz ich konsekwencje dla logistyki i środowiska. Uczestnicy nauczą się oceniać modele pod kątem śladu węglowego i efektywności energetycznej.

Moduł 6. Cyfrowe narzędzia do zarządzania sprzedażą wielokanałową

Praktyczne wprowadzenie do systemów integrujących różne kanały sprzedaży (np. Baselinker, Shopify). Uczestnicy poznają sposoby automatyzacji procesów i ich wpływ na oszczędność zasobów.

Moduł 7. Integracja platform z ERP i CRM

Moduł pokazuje, jak połączyć platformy sprzedażowe z systemami ERP i CRM w celu usprawnienia operacji i ograniczenia papierowego obiegu dokumentów. Omawiane są efekty środowiskowe automatyzacji.

Moduł 8. Przepisy prawne i środowiskowe w e-commerce

Uczestnicy poznają obowiązujące regulacje dotyczące ochrony środowiska, odpadów opakowaniowych i odpowiedzialności sprzedawców online. Omawiane są też obowiązki w zakresie informacji cyfrowej dla konsumentów.

Moduł 9. Odpowiedzialna konsumpcja i zrównoważone strategie sprzedaży

Moduł przedstawia sposoby promowania świadomych wyborów konsumenckich oraz minimalizowania negatywnego wpływu działań marketingowych na środowisko.

Moduł 10. Konfiguracja kont i pierwsze wystawienia produktów

Uczestnicy zakładają konta na platformach, konfiguruje ustawienia sprzedaży oraz przygotowują pierwsze oferty, stosując praktyki ograniczające marnotrawstwo i wykorzystujące narzędzia cyfrowe.

Moduł 11. SEO i pozycjonowanie produktów

Uczestnicy poznają techniki SEO oraz narzędzia analityczne służące poprawie widoczności ofert. Omawiane są strategie minimalizujące nieefektywne działania marketingowe, które generują zbędny ślad środowiskowy.

Moduł 12. Marketing automation i personalizacja

Moduł pokazuje, jak automatyzować komunikację z klientem w sposób energooszczędny i zgodny z zasadami ochrony danych. Uczestnicy poznają systemy do zarządzania kampaniami i analiz efektywności.

Moduł 13. Zielone wartości marki i komunikacja ekologiczna

Uczestnicy uczą się tworzyć komunikaty budujące zaufanie klientów do działań proekologicznych firmy, wykorzystując kanały cyfrowe i storytelling.

Moduł 14. Tworzenie treści przyjaznych środowisku

Omówienie zasad green content marketingu: minimalistyczne grafiki, zoptymalizowane wideo, treści niskoemisyjne. Uczestnicy opracują przykładowe materiały promocyjne.

Moduł 15. Narzędzia AI w marketingu

Przegląd narzędzi sztucznej inteligencji do optymalizacji kampanii marketingowych i minimalizacji niepotrzebnego ruchu sieciowego. Uczestnicy testują proste modele AI.

Moduł 16. Reklama płatna a ślad węglowy

Uczestnicy poznają, jak dobór kanałów reklamowych wpływa na emisję oraz jak optymalizować kampanie płatne pod kątem efektywności energetycznej.

Moduł 17. Marketplace SEO i analityka danych sprzedażowych

Moduł poświęcony jest optymalizacji ofert na platformach sprzedażowych oraz analizie danych za pomocą dostępnych paneli i zewnętrznych narzędzi.

Moduł 18. Wielokanałowa sprzedaż i efektywność energetyczna

Omówienie strategii omnichannel z naciskiem na ograniczanie powielonych procesów, emisji i zasobożernych działań. Uczestnicy poznają narzędzia do konsolidacji danych sprzedażowych.

Moduł 19. Współpraca z influencerami promującymi zielone postawy

Uczestnicy poznają przykłady kampanii z udziałem ekologicznych influencerów i uczą się planować współpracę w duchu odpowiedzialnego marketingu.

Moduł 20. Ćwiczenia praktyczne – kampania cyfrowo-zielona

Uczestnicy przygotowują i analizują przykładową kampanię marketingową, łącząc aspekty cyfrowe i ekologiczne.

Moduł 21. Cyfrowe zarządzanie magazynem

Uczestnicy poznają systemy WMS i integracje z platformami sprzedażowymi, które wspierają redukcję zużycia papieru i optymalizację przestrzeni magazynowej.

Moduł 22. Zrównoważone pakowanie

Omówienie ekologicznych materiałów, certyfikatów oraz narzędzi cyfrowych do zarządzania procesem pakowania.

Moduł 23. Gospodarka obiegu zamkniętego – polityka zwrotów

Moduł pokazuje, jak wdrożyć systemy zwrotów i recyklingu zgodne z GOZ, z wykorzystaniem automatycznych etykiet i cyfrowych paneli zwrotów.

Moduł 24. Optymalizacja dostaw pod kątem emisji CO₂

Uczestnicy uczą się planować trasy i wybierać metody dostaw w sposób ograniczający emisje i koszty, z pomocą narzędzi logistycznych.

Moduł 25. Zieloni partnerzy logistyczni

Omówienie kryteriów wyboru operatorów zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju oraz narzędzi do ich weryfikacji.

Moduł 26. Monitoring śladu środowiskowego przesyłek

Wykorzystanie aplikacji i dashboardów do śledzenia emisji i śladu węglowego transportu.

Moduł 27. Automatyzacja procesów logistycznych

Moduł prezentuje rozwiązania cyfrowe wspierające efektywność energetyczną i ograniczanie błędów operacyjnych.

Moduł 28. E-faktury i dokumentacja cyfrowa

Uczestnicy poznają zasady wdrażania faktur elektronicznych oraz archiwizacji online jako sposobu na redukcję odpadów papierowych.

Moduł 29. Zielony proces realizacji zamówień – ćwiczenia

Symulacja procesu realizacji zamówienia z zastosowaniem ekologicznych rozwiązań i narzędzi cyfrowych.

Moduł 30. Analiza przypadków firm GOZ w e-commerce

Studia przypadków firm stosujących innowacyjne modele ekologiczne i cyfrowe.

Moduł 31. Narzędzia BI i dashboardy

Wprowadzenie do analityki biznesowej i tworzenia dashboardów sprzedażowo-środowiskowych.

Moduł 32. Analiza danych sprzedażowych a wpływ środowiskowy

Uczestnicy uczą się identyfikować obszary wymagające poprawy pod kątem ekologii i efektywności sprzedaży.

Moduł 33. Raportowanie ESG w e-commerce

Omówienie metod zbierania i prezentacji danych ESG zgodnych ze standardami UE.

Moduł 34. Audyt cyfrowo-środowiskowy

Uczestnicy poznają proces audytu sprzedaży online z perspektywy technologii i zrównoważonego rozwoju.

Moduł 35. Rozwiązywanie problemów operacyjnych i środowiskowych

Praktyczne przykłady sytuacji kryzysowych i sposoby ich rozwiązywania z wykorzystaniem technologii.

Moduł 36. Przyszłość platform – AI, blockchain i certyfikaty cyfrowe

Omówienie nowych trendów technologicznych wspierających przejrzystość i zrównoważony rozwój.

Moduł 37. Wdrażanie strategii zrównoważonego rozwoju

Tworzenie długofalowych planów łączących rozwój cyfrowy i zieloną transformację w firmach.

Moduł 38. Opracowanie własnej strategii cyfrowo-zielonej sprzedaży

Warsztat strategiczny – uczestnicy opracowują indywidualne strategie dla swoich firm.

Moduł 39. Prezentacja projektów uczestników

Uczestnicy prezentują przygotowane strategie i otrzymują informację zwrotną.

Moduł 40. Walidacja: test teoretyczny, analiza dowodów i deklaracji

Program został opracowany zgodnie z potrzebami uczestników oraz celem szkolenia, jakim jest rozwój kompetencji cyfrowych i środowiskowych w zakresie prowadzenia sprzedaży online, wykorzystywania narzędzi platform e-commerce oraz wdrażania strategii zrównoważonego handlu. Zakres tematyczny obejmuje m.in. przegląd platform sprzedażowych, konfigurację kont sprzedawcy, tworzenie i optymalizację ofert, raportowanie danych sprzedażowych oraz działania proekologiczne w e-commerce.

Szkolenie realizowane jest w trybie stacjonarnym, w grupach liczących maksymalnie 15 osób. Zapewnione są odpowiednie warunki organizacyjne umożliwiające każdemu uczestnikowi aktywny udział w zajęciach i pełną realizację programu.

Szkolenie obejmuje 40 godzin dydaktycznych, w tym ok. **25 godzin zajęć teoretycznych** i ok. **15 godzin zajęć praktycznych**. Przerwy niecsą wliczone w czas trwania usługi.

Walidacja efektów uczenia się odbywa się poprzez **test teoretyczny (pytania zamknięte)** oraz **analizę dowodów i deklaracji**, zgodnie z opisem efektów w karcie usługi. W trakcie szkolenia stosowane są quizy, ankiety i podsumowania postępów uczestników.

Usługa ma charakter w pełni stacjonarny i obejmuje jedną dziedzinę kompetencyjną.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 45 Wprowadzenie do platform sprzedażowych i trendów zielonego handlu	Łukasz Buryan	14-07-2026	08:00	08:45	00:45
2 z 45 Ekosystem e-commerce i rola technologii cyfrowych	Łukasz Buryan	14-07-2026	08:45	09:30	00:45
3 z 45 Zielone kompetencje w sprzedaży internetowej – GreenComp w praktyce	Łukasz Buryan	14-07-2026	09:30	10:15	00:45
4 z 45 Przegląd platform krajowych i zagranicznych	Łukasz Buryan	14-07-2026	10:15	11:00	00:45
5 z 45 Przerwa	Łukasz Buryan	14-07-2026	11:00	11:15	00:15
6 z 45 Modele biznesowe i ich wpływ środowiskowy	Łukasz Buryan	14-07-2026	11:15	12:00	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 45 Cyfrowe narzędzia do zarządzania sprzedażą wielokanałową	Łukasz Buryan	14-07-2026	12:00	12:45	00:45
8 z 45 Integracja platform z ERP i CRM	Łukasz Buryan	14-07-2026	12:45	13:30	00:45
9 z 45 Przepisy prawne i środowiskowe w e-commerce	Łukasz Buryan	14-07-2026	13:30	14:15	00:45
10 z 45 Odpowiedzialna konsumpcja i zrównoważone strategie sprzedaży	Łukasz Buryan	15-07-2026	08:00	08:45	00:45
11 z 45 Konfiguracja kont i pierwsze wystawienia produktów	Łukasz Buryan	15-07-2026	08:45	09:30	00:45
12 z 45 SEO i pozycjonowanie produktów	Łukasz Buryan	15-07-2026	09:30	10:15	00:45
13 z 45 Marketing automation i personalizacja	Łukasz Buryan	15-07-2026	10:15	11:00	00:45
14 z 45 Przerwa	Łukasz Buryan	15-07-2026	11:00	11:15	00:15
15 z 45 Zielone wartości marki i komunikacja ekologiczna	Łukasz Buryan	15-07-2026	11:15	12:00	00:45
16 z 45 Tworzenie treści przyjaznych środowisku	Łukasz Buryan	15-07-2026	12:00	12:45	00:45
17 z 45 Narzędzia AI w marketingu	Łukasz Buryan	15-07-2026	12:45	13:30	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 45 Reklama płatna a ślad węglowy	Łukasz Buryan	15-07-2026	13:30	14:15	00:45
19 z 45 Marketplace SEO i analityka danych sprzedażowych	Łukasz Buryan	21-07-2026	08:00	08:45	00:45
20 z 45 Wielokanałowa sprzedaż i efektywność energetyczna	Łukasz Buryan	21-07-2026	08:45	09:30	00:45
21 z 45 Współpraca z influencerami promującymi zielone postawy	Łukasz Buryan	21-07-2026	09:30	10:15	00:45
22 z 45 Ćwiczenia praktyczne – kampania cyfrowo-zielona	Łukasz Buryan	21-07-2026	10:15	11:00	00:45
23 z 45 Przerwa	Łukasz Buryan	21-07-2026	11:00	11:15	00:15
24 z 45 Cyfrowe zarządzanie magazynem	Łukasz Buryan	21-07-2026	11:15	12:00	00:45
25 z 45 Zrównoważone pakowanie	Łukasz Buryan	21-07-2026	12:00	12:45	00:45
26 z 45 Gospodarka obiegu zamkniętego – polityka zwrotów	Łukasz Buryan	21-07-2026	12:45	13:30	00:45
27 z 45 Optymalizacja dostaw pod kątem emisji CO ₂	Łukasz Buryan	21-07-2026	13:30	14:15	00:45
28 z 45 Zieloni partnerzy logistyczni	Łukasz Buryan	22-07-2026	08:00	08:45	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
29 z 45 Monitoring śladu środowiskowego przesyłek	Łukasz Buryan	22-07-2026	08:45	09:30	00:45
30 z 45 Automatyzacja procesów logistycznych	Łukasz Buryan	22-07-2026	09:30	10:15	00:45
31 z 45 E-faktury i dokumentacja cyfrowa	Łukasz Buryan	22-07-2026	10:15	11:00	00:45
32 z 45 Przerwa	Łukasz Buryan	22-07-2026	11:00	11:15	00:15
33 z 45 Zielony proces realizacji zamówień – ćwiczenia	Łukasz Buryan	22-07-2026	11:15	12:00	00:45
34 z 45 Analiza przypadków firm GOZ w e-commerce	Łukasz Buryan	22-07-2026	12:00	12:45	00:45
35 z 45 Narzędzia BI i dashboardy	Łukasz Buryan	22-07-2026	12:45	13:30	00:45
36 z 45 Analiza danych sprzedażowych a wpływ środowiskowy	Łukasz Buryan	22-07-2026	13:30	14:15	00:45
37 z 45 Raportowanie ESG w e-commerce	Łukasz Buryan	23-07-2026	08:00	08:45	00:45
38 z 45 Audyt cyfrowo-środowiskowy	Łukasz Buryan	23-07-2026	08:45	09:30	00:45
39 z 45 Rozwiązywanie problemów operacyjnych i środowiskowych	Łukasz Buryan	23-07-2026	09:30	10:15	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
40 z 45 Przyszłość platform – AI, blockchain i certyfikaty cyfrowe	Łukasz Buryan	23-07-2026	10:15	11:00	00:45
41 z 45 Przerwa	Łukasz Buryan	23-07-2026	11:00	11:15	00:15
42 z 45 Wdrażanie strategii zrównoważonego rozwoju	Łukasz Buryan	23-07-2026	11:15	12:00	00:45
43 z 45 . Opracowanie własnej strategii cyfrowo-zielonej sprzedaży	Łukasz Buryan	23-07-2026	12:00	12:45	00:45
44 z 45 Prezentacja projektów uczestników	Łukasz Buryan	23-07-2026	12:45	13:30	00:45
45 z 45 Walidacja: test teoretyczny, analiza dowodów i deklaracji	-	23-07-2026	13:30	14:15	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 687,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 250,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	192,19 PLN
Koszt osobogodziny netto	156,25 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Łukasz Buryan

Absolwent studiów licencjackich na kierunku zarządzanie na uczelni ASBiRO w Łodzi. Certyfikowany coach z kwalifikacją Vocational Competence Certificate (VCC) nr 235920, członek stowarzyszenia „Superwizja na Uniwersytecie Śląskim”. Prowadzi indywidualny coaching i doradztwo dla freelancerów, wspierając ich w budowaniu systemów sprzedażowych, optymalizacji komunikacji z klientem oraz zwiększaniu wartości oferowanych usług. Posiada 5 letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce dla osób dorosłych, koncentrując się na rozwijaniu kompetencji w zakresie prowadzenia rozmów sprzedażowych oraz prezentacji ofert. Specjalizuje się także w tworzeniu treści w mediach społecznościowych i lejków sprzedażowych, które pomagają klientom przyciągać właściwe kontakty i efektywnie zamykać sprzedaż. Doświadczenie zdobywał również jako przedstawiciel handlowy, co pozwala mu łączyć perspektywę praktyka sprzedaży z narzędziami rozwojowymi. Skupia się na działaniu i rezultatach, dbając jednocześnie o to, by komunikacja była autentyczna i „miękką” – dzięki temu klienci budują pewność siebie i trwalsze relacje z odbiorcami. Od ponad dwóch lat aktywnie wykorzystuje narzędzia sztucznej inteligencji w codziennej pracy, ze szczególnym naciskiem na automatyzację procesów sprzedażowych. Dzięki temu potrafi zwiększać efektywność działań, skracać czas reakcji na potrzeby klienta oraz skalować procesy sprzedaży bez utraty jakości komunikacji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzyma niezbędne materiały szkoleniowe w postaci skryptu prezentacji multimedialnej wykorzystywanej podczas zajęć, notesu, długopisu .

Informacje dodatkowe

Ujęte godziny szkoleniowe są godzinami dydaktycznymi i tj. godzina = 45 min

Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć oraz zaliczenia zajęć w formie uzyskania 80% punktów z testu wiedzy oraz analizy dowodów i deklaracji

Dokument potwierdza, że zostały zastosowane rozwiązania zapewniające rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji. tzn. osoba prowadząca usługę, nie dokonuje weryfikacji efektów uczenia się uczestników usługi.

Trener przygotowuje walidację: zaprojektował efekty uczenia się, kryteria weryfikacji przez określenie metod ich oceny po przygotowanie zestawu pytań testowych. Trener rozda testy uczestnikom . Nie ingeruje w jakiegokolwiek formie w ocenę wyników testu ani w proces jego wypełniania. Osoba walidująca zostaje zaangażowana dopiero na etapie oceny i weryfikacji efektów uczenia się uczestników. Nie prowadzi bezpośrednio działań związanych z tworzeniem i kompletowaniem dokumentacji walidacyjnej.

Adres

ul. ks. bpa Herberta Bednorza 17
40-384 Katowice

Kontakt



Małgorzata Hajduk

E-mail m.hajduk@zetom.eu

Telefon (+48) 882 062 298