



Szkolenie: Marketing i PR w erze cyfrowej: Skuteczna sprzedaż, Personal Branding i zielone trendy

Numer usługi 2025/11/17/12176/3152769

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
250,00 PLN brutto/h
250,00 PLN netto/h

LĘTOWSKI
CONSULTING

Szkolenia,
Doradztwo, Rozwój
Mateusz Łętowski

★★★★★ 4,8 / 5

1 391 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 06.02.2026 do 08.02.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Grupa docelowa szkolenia to specjaliści i menedżerowie marketingu oraz reklamy, którzy pragną poszerzyć swoją wiedzę i umiejętności w zakresie nowoczesnych strategii marketingowych i reklamowych. Szkolenie jest również skierowane do właścicieli małych i średnich firm, którzy chcą skutecznie wykorzystać media społecznościowe i content marketing w rozwijaniu swoich marek. Dodatkowo, program jest dedykowany osobom zaczynającym przygodę z marketingiem oraz zainteresowanym zrównoważonym rozwojem i ekologicznymi aspektami marketingu.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	30-01-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	20
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 prowadzi do wyposażenia uczestników w zaawansowane umiejętności i wiedzę z zakresu nowoczesnych strategii marketingowych, reklamy oraz public relations, zarówno w kontekście online, jak i offline. Uczestnicy nauczą się efektywnie stosować techniki personal branding, content marketingu i SEO copywritingu, a także wdrażać zielone kompetencje w praktyce marketingowej. Szkolenie ma na celu rozwój umiejętności w tworzeniu spójnych strategii marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik definiuje i wyjaśnia podstawowe pojęcia marketingu w kontekście zrównoważonego rozwoju oraz gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ).	Uczestnik poprawnie definiuje kluczowe pojęcia w teście wiedzy lub podczas prezentacji ustnej (np. marketing ESG, GOZ, zielona konsumpcja).	Test teoretyczny
Uczestnik porównuje wpływ środowiskowy działań marketingowych offline i online, z wykorzystaniem narzędzi analizy śladu węglowego.	Uczestnik przedstawia analizę porównawczą w formie raportu lub prezentacji z wykorzystaniem kalkulatora śladu węglowego.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik opracowuje kompleksową strategię marketingową uwzględniającą zasady zrównoważonej konsumpcji, ESG i GOZ.	Uczestnik opracowuje dokument strategii lub prezentację projektu, zawierającą konkretne rozwiązania ESG i GOZ.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik przeprowadza analizę SWOT z naciskiem na ekologiczne innowacje i wykorzystanie zielonych technologii.	Uczestnik dostarcza analizę SWOT, w której przynajmniej jedna szansa i jedna mocna strona odnoszą się do zielonych technologii.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik projektuje materiały marketingowe zgodne z zasadami eko-druku, niskiego zużycia energii i minimalizacji odpadów.	Uczestnik tworzy przykładowy materiał (ulotkę, plakat, grafikę cyfrową) spełniający wskazane zasady eko-projektowania.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik buduje markę osobistą z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych wspierających zrównoważony rozwój i redukcję śladu środowiskowego.	Uczestnik przedstawia plan marki osobistej wraz z opisem używanych narzędzi cyfrowych (np. eko-hosting, niskoemisyjne platformy).	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik stosuje zielone strategie cenowe, analizując koszty środowiskowe oraz efektywność energetyczną.	Uczestnik prezentuje symulację strategii cenowej z uwzględnieniem kosztów ekologicznych i efektywności energetycznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik optymalizuje treści cyfrowe pod kątem minimalizacji śladu cyfrowego i zużycia danych, wykorzystując niskoemisyjne formaty.	Uczestnik przedstawi zoptymalizowane treści (np. post, grafika, wideo) wraz z uzasadnieniem zastosowanych rozwiązań.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wdraża sztuczną inteligencję i narzędzia Przemysłu 4.0 do optymalizacji kampanii marketingowych z uwzględnieniem wpływu ekologicznego.	Uczestnik demonstruje zastosowanie narzędzi AI/IoT w projekcie kampanii, wskazując na korzyści środowiskowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik wdraża zasady zielonego hostingu i korzysta z ekologicznych rozwiązań chmurowych w działaniach content marketingowych.	Uczestnik wskazuje lub wdraża zieloną platformę hostingową i opisuje jej wpływ na ślad środowiskowy działań.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik stosuje techniki zielonego SEO ograniczające zbędny ruch sieciowy i minimalizujące zużycie energii.	Uczestnik optymalizuje tekst lub stronę internetową zgodnie z zasadami zielonego SEO (np. krótsze treści, ograniczenie przekierowań, dobór obrazów).	Test teoretyczny
Uczestnik opracowuje strategię budowania marki wspierającej ochronę środowiska, opartą na danych środowiskowych i technologiach przyszłości.	Uczestnik tworzy dokument lub prezentację strategii marki uwzględniającej dane środowiskowe (np. raporty, wskaźniki ESG) i technologie (np. AI, IoT).	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik wdraża standardy ESG i raportowania zrównoważonego rozwoju w kampaniach marketingowych.	Uczestnik opracowuje fragment raportu marketingowego zgodnego z ESG (np. emisja CO ₂ , działania proklimatyczne).	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik wykorzystuje technologie blockchain i IoT do zwiększenia transparentności oraz monitorowania ekologicznego wpływu działań promocyjnych.	Uczestnik opisuje lub przedstawia case study zastosowania blockchain lub IoT w kontekście przejrzystości ekologicznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik projektuje strategię marketingowe zgodne z celami ESG, GOZ oraz transformacją cyfrową i ekologiczną.	Uczestnik prezentuje kompletną strategię marketingową zintegrowaną z celami ESG, GOZ i cyfryzacją.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik podejmuje świadome i odpowiedzialne decyzje marketingowe, kierując się wartościami zrównoważonego rozwoju i efektywnością środowiskową.	Uczestnik uzasadnia wybór działań w analizie przypadków (case study) z perspektywy środowiskowej i etycznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik promuje świadomość ekologiczną wśród interesariuszy (klientów, współpracowników, partnerów), tworząc zielone narracje i treści.	Uczestnik przygotowuje kampanię informacyjną, posty lub narrację promującą wartości ekologiczne.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik efektywnie współpracuje w zespole nad projektami marketingowymi, respektując wartości zrównoważonej konsumpcji, produkcji i transformacji cyfrowej.	Uczestnik aktywnie uczestniczy w pracy zespołowej (warsztaty, projekt grupowy) i przyczynia się do realizacji zadania zgodnego z zasadami zrównoważonego rozwoju.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 4. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji jest rozpoznawalny i uznawalny w danej branży/sektorze (czy certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/sektorów lub związku branżowego, zrzeszającego pracodawców danej branży/sektorów)?

TAK

Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów	uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	ŁĘTOWSKI CONSULTING Szkolenia, Doradztwo, Rozwój Mateusz Łętowski
Nazwa Podmiotu certyfikującego	SCIENCE SZKOLENIA I DORADZTWO Grzegorz Kawa

Program

Moduł 1: Podstawy marketingu, reklamy i praktycznych zielonych kompetencji

1. Wprowadzenie do marketingu a zrównoważony rozwój
 - Definicja i znaczenie marketingu w kontekście gospodarki o obiegu zamkniętym. Kluczowe założenia.
 - Porównanie śladu węglowego działań marketingowych offline vs. online
 - Kluczowe elementy strategii marketingowej uwzględniające zrównoważoną konsumpcję
 - Zarządzanie zasobami naturalnymi w działaniach promocyjnych
 - Ekologiczna transformacja tradycyjnych działań reklamowych
2. Strategia marketingowa a realne działania proekologiczne
 - Proces tworzenia strategii z wykorzystaniem narzędzi oceny wpływu środowiskowego (np. Carbon Footprint Calculator)
 - Analiza SWOT z naciskiem na ekologiczne innowacje i technologie
 - Ustalanie celów marketingowych opartych na standardach ESG i obliczanie śladu węglowego kampanii
3. Kreacja reklamowa z uwzględnieniem śladu środowiskowego
 - Tworzenie materiałów marketingowych zgodnych z zasadami eko-druku i ograniczania odpadów
 - Wybór formatów cyfrowych o niskim zużyciu energii - dobre praktyki
 - Przykłady kampanii wdrażających realne zielone rozwiązania w strategii marketingowej
4. Personal Branding a praktyczne rozwiązania w zakresie zrównoważonego rozwoju

- Budowanie marki osobistej z wykorzystaniem technologii ograniczających zużycie zasobów
- Analiza narzędzi wspierających eko-branding (np. hostingi korzystające z OZE, ekologiczne materiały reklamowe)
- Odpowiedzialność społeczna i ekologiczna w personal branding
- Przegląd udanych kampanii (np. Patagonia, IKEA, Veolia)
- Warsztat: stworzenie strategii marketingowej zgodnej z ESG i GOZ

5. Zielone strategie cenowe i analityka kosztowa

- Wykorzystanie narzędzi cyfrowych do analizy cenowej uwzględniających koszty środowiskowe
- Praktyczne metody wdrażania cen opartych na modelu zrównoważonej produkcji
- Strategie minimalizacji negatywnego wpływu polityki cenowej na środowisko

Moduł 2: Marketing online, social media i techniki cyfrowe wspierające zrównoważony rozwój

1. Zrównoważony rozwój w mediach społecznościowych

- Wybór platform z uwzględnieniem ich polityki neutralności klimatycznej
- Ograniczenie śladu cyfrowego poprzez optymalizację treści i wykorzystanie ekologicznych serwerów
- Ekologiczne zasady tworzenia i dystrybucji treści (np. niskoemisyjne formaty plików, minimalizacja danych)

2. Sprzedaż i marketing w sieci a efektywność energetyczna

- Strategie wykorzystania AI do optymalizacji kampanii i redukcji zużycia zasobów
- Wdrożenie narzędzi marketingowych o niskim wpływie na środowisko
- Przykłady wdrażania praktyk e-commerce wspierających gospodarkę cyrkularną
- AI i copywriting niskoemisyjny: wykorzystanie narzędzi ograniczających ślad środowiskowy
- Tworzenie treści promujących zrównoważony rozwój (z przykładami z branży beauty, fashion, tech)

3. Content marketing oparty na zielonych technologiach

- Tworzenie treści z wykorzystaniem generatorów AI ograniczających zużycie energii
- Wdrażanie strategii „zielonego hostingu” dla treści cyfrowych
- Optymalizacja materiałów pod kątem zużycia energii i zasobów sieciowych
- Warsztat: eko-storytelling – tworzenie „zielonych narracji”

4. SEO Copywriting w modelu ekologicznej optymalizacji

- Techniki SEO ograniczające generowanie zbędnego ruchu sieciowego
- Narzędzia AI do optymalizacji treści w sposób energooszczędny
- Wykorzystanie strategii minimalizujących ilość niepotrzebnych zapytań do wyszukiwarek
- Zielone SEO – optymalizacja treści przy minimalnym zużyciu danych
- Ekologiczne formaty wideo i ograniczanie emisji z przesyłu danych
- Zielony hosting treści – jak go wdrożyć i mierzyć efektywność

5. Video Marketing a technologie niskoemisyjne

- Wybór energooszczędnych formatów wideo
- Strategie ograniczania emisji CO₂ związanej z hostingiem i przesyłem danych
- Praktyczne rozwiązania w zakresie ekologicznej produkcji treści wideo
- Praca z narzędziami typu EcoAct, Greenspector, Website Carbon Calculator
- Ćwiczenie: analiza śladu węglowego własnej kampanii online

6. Narzędzia AI i Przemysł 4.0 w marketingu

- Zastosowanie AI i uczenia maszynowego do redukcji emisji CO₂
- IoT w marketingu: monitorowanie i optymalizacja kampanii pod kątem środowiskowym
- Platformy analityczne mierzące efektywność i wpływ ekologiczny kampanii

Moduł 3: Rozwój marki w kontekście cyfrowej transformacji i gospodarki zrównoważonej

1. Zrównoważony branding i technologie przyszłości

- Jak budować silną markę minimalizującą negatywny wpływ na środowisko i wspierającą ochronę środowiska
- Personal branding a odpowiedzialność ekologiczna
- Narzędzia analityczne pozwalające mierzyć i redukować ślad węglowy działań marketingowych
- Strategie wykorzystywania technologii blockchain i IoT do zwiększenia transparentności w zrównoważonym marketingu

2. Monitorowanie i optymalizacja działań marketingowych pod kątem ekologii

- Wykorzystanie narzędzi cyfrowych do śledzenia emisji CO₂ kampanii online
- Analiza skuteczności zielonych strategii marketingowych
- Implementacja standardów raportowania zrównoważonego rozwoju w marketingu

3. Podsumowanie i praktyczne wdrożenie zielonych kompetencji w marketingu

- Warsztaty z obliczania śladu środowiskowego kampanii marketingowej
- Przegląd narzędzi cyfrowych wspierających praktyczne działania na rzecz ochrony środowiska

- Tworzenie strategii marketingowych zgodnych z celami ESG i gospodarką cyrkularną
- Warsztat: projektowanie kampanii z wykorzystaniem technologii Przemysłu 4.0
- Checklisty i materiały do wdrożenia eko-strategii marketingowej po szkoleniu

Walidacja

Walidacja odbywa się w ostatnim dniu szkolenia tj. 08.02.2026 r. godzina 15:00-17:00. Egzamin prowadzony przez wyznaczoną osobę do walidacji. Certyfikacja przez jednostkę uprawnioną do certyfikacji tj. SCIENCE SZKOLENIA I DORADZTWO Grzegorz Kawa

Szkolenie prowadzone w godzinach zegarowych, w formie zajęć teoretyczno-praktycznych, tzn. Szkolenie w formie zajęć teoretyczno-praktycznych łączy przekazywanie wiedzy teoretycznej z praktycznym jej zastosowaniem.

Uczestnicy zdobywają informacje poprzez wykłady i prezentacje, a następnie wykorzystują je w praktyce podczas warsztatów i ćwiczeń w ramach każdego modułu szkolenia, gdzie ten zapis został zastosowany.

ROZDZIELNOŚĆ OSOBOWA WALIDACJI: Rozdzielność szkolenia od walidacji - rozdzielność osobowa. Osoba szkoląca nie ocenia wiedzy i umiejętności swoich kursantów w zakresie, w którym nauczała. Kończącą walidację prowadzi odrębna osoba.

Podczas szkolenia przeprowadzone zostaną pre-testy oraz post-testy wiedzy, egzamin końcowy.

Egzamin po szkoleniu potwierdza zdobycie kwalifikacji.

Nazwa kwalifikacji: **Marketing, PR i sprzedaż z elementami zrównoważonego rozwoju.**

W ramach szkolenia jest 20 godzin zegarowych, na co składa się:

- 10 godzin teoretycznych
- 6 godzin 15 min. zajęć praktycznych
- 7 przerw po 15 minut - 1 godz. 45 min.
- 2 godz. walidacji

Program spełnia zakres technologii PRT z obszaru technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych, w tym m.in.:

4.2 Technologie informacyjne

- **4.2.3 Technologie e-learningowe** – Program wykorzystuje technologie e-learningowe w zakresie marketingu i reklamy, w tym nauczania strategii marketingowych, SEO copywritingu, video marketingu oraz analizy danych marketingowych.
- **4.2.5 Technologie data mining** – Moduły dotyczące analizy efektywności działań marketingowych oraz wykorzystywania narzędzi cyfrowych w strategiach cenowych obejmują analizę danych marketingowych i zachowań użytkowników, co wpisuje się w technologie eksploracji danych.

4.7 Technologie telekomunikacyjne i informacyjne wspierające przemysł 4.0

- **4.7.2 Technologie wspierające internet rzeczy (IoT)** – Wykorzystanie analityki w social mediach i e-commerce wpisuje się w IoT, gdzie inteligentne systemy zbierania i analizy danych pomagają optymalizować strategie marketingowe.
- **4.7.10 Technologie sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego** – Program uwzględnia wykorzystanie AI w analizie SEO, optymalizacji content marketingu oraz w personal brandingu poprzez automatyczne narzędzia marketingowe i chatboty

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Moduł 1: Podstawy marketingu, reklamy i praktycznych zielonych kompetencji. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Magdalena Hrynyszyn	06-02-2026	17:00	18:45	01:45
2 z 17 Przerwa.	Magdalena Hrynyszyn	06-02-2026	18:45	19:00	00:15
3 z 17 Moduł 1: Podstawy marketingu, reklamy i praktycznych zielonych kompetencji. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Magdalena Hrynyszyn	06-02-2026	19:00	21:00	02:00
4 z 17 Moduł 1: Podstawy marketingu, reklamy i praktycznych zielonych kompetencji. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Magdalena Hrynyszyn	07-02-2026	09:00	10:45	01:45
5 z 17 Przerwa.	Magdalena Hrynyszyn	07-02-2026	10:45	11:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 17 Moduł 2: Marketing online, social media i techniki cyfrowe wspierające zrównoważony rozwój. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Magdalena Hrynyszyn	07-02-2026	11:00	12:45	01:45
7 z 17 Przerwa.	Magdalena Hrynyszyn	07-02-2026	12:45	13:00	00:15
8 z 17 Moduł 2: Marketing online, social media i techniki cyfrowe wspierające zrównoważony rozwój. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Magdalena Hrynyszyn	07-02-2026	13:00	14:45	01:45
9 z 17 Przerwa.	Magdalena Hrynyszyn	07-02-2026	14:45	15:00	00:15
10 z 17 Moduł 2: Marketing online, social media i techniki cyfrowe wspierające zrównoważony rozwój. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Magdalena Hrynyszyn	07-02-2026	15:00	17:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 17 Moduł 3: Rozwój marki w kontekście cyfrowej transformacji i gospodarki zrównoważonej. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Magdalena Hrynyszyn	08-02-2026	09:00	10:45	01:45
12 z 17 Przerwa.	Magdalena Hrynyszyn	08-02-2026	10:45	11:00	00:15
13 z 17 Moduł 3: Rozwój marki w kontekście cyfrowej transformacji i gospodarki zrównoważonej. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Magdalena Hrynyszyn	08-02-2026	11:00	12:45	01:45
14 z 17 Przerwa.	Magdalena Hrynyszyn	08-02-2026	12:45	13:00	00:15
15 z 17 Moduł 3: Rozwój marki w kontekście cyfrowej transformacji i gospodarki zrównoważonej. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Magdalena Hrynyszyn	08-02-2026	13:00	14:45	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 17 Przerwa.	Magdalena Hrynyszyn	08-02-2026	14:45	15:00	00:15
17 z 17 Walidacja - (15:00-16:15 - Obserwacja w warunkach symulowanych, 16:15-17:00 Test teoretyczny)	-	08-02-2026	15:00	17:00	02:00

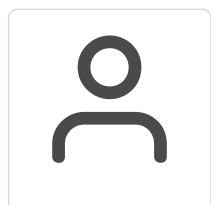
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	100,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	100,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	250,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	250,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Magdalena Hrynyszyn

Pani Magdalena to ekspertka w dziedzinie komunikacji promocyjnej i kryzysowej, doradztwa wizerunkowego oraz social media. Posiada bogate doświadczenie w organizacji eventów, kreowaniu

marek, copywritingu, PR oraz projektowaniu materiałów promocyjnych. Współpracowała z licznymi markami i organizacjami, m.in. „Tarkowski Orkiestra”, siłownią „Greenup Fitness”, Festiwalem „Go On Stage” oraz Agencją Kreatywną „Artalis”.

Absolwentka Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach oraz Akademii Menadżerów Muzycznych w Warszawie, obecnie rozwija swoje kompetencje w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi na kierunku Kulturoznawstwo, specjalność Kreatywny menadżer kultury.

Jako trener od co najmniej 5 lat aktywnie prowadzi szkolenia z zakresu social media, budowania marki, content marketingu oraz komunikacji i autoprezentacji. W ramach wolontariatu szkoliła seniorów z obsługi Internetu i urządzeń mobilnych, a także prowadziła warsztaty zrównoważonego rozwoju i ekologicznych technologii dla młodzieży. Jest aktywną członkinią Grupy Fotograficznej „Aczkołwiek” oraz współorganizatorką młodzieżowego strajku klimatycznego w Gliwicach.

Dzięki praktycznemu podejściu, wieloletniemu doświadczeniu i pasji do edukacji skutecznie wspiera rozwój kompetencji cyfrowych i wizerunkowych swoich kursantów.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Opracowania własne trenera, skrypty szkoleniowe, prezentacja.

Informacje dodatkowe

Dla uczestników z dofinansowaniem min. 70% kwoty szkolenia - stawka „zw” – „§ 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”

Warunki techniczne

iOS: iOS 11

Windows: Windows 10 kompilacja 14393

Android: Android OS 5.0

Funkcje sieci Web. Najnowsza wersja przeglądarki Safari, Internet Explorer 11, Chrome, Edge lub Firefox

Komputer Mac: MacOS 10.13

Połączenie internetowe: wymagane jest połączenie internetowe przewodowe lub bezprzewodowe (3G, 4G, LTE) o następujących parametrach:

- dla transmisji wideo w jakości HD 720p minimalna przepustowość łącza internetowego wynosi: 1.5Mbps/1.5Mbps (wysyłanie/odbieranie).

- dla transmisji wideo w jakości FullHD 1080p minimalna przepustowość łącza internetowego wynosi: 3Mbps/3Mbps (wysyłanie/odbieranie).

Okres ważności linku: Link będzie ważny w dniach i godzinach wskazanych w harmonogramie usługi.

Kontakt

Justyna Hebda

E-mail justynahebda@letowskiconsulting.pl

Telefon (+48) 518 178 151

