



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

Numer usługi 2025/11/20/12176/3159684

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
208,33 PLN brutto/h
208,33 PLN netto/h

ŁĘTOWSKI
CONSULTING

Szkolenia,
Doradztwo, Rozwój
Mateusz Łętowski

★★★★★ 4,8 / 5
1 345 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 12.01.2026 do 21.01.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest przeznaczone dla specjalistów i menedżerów marketingu oraz właścicieli MŚP, którzy chcą rozwijać swoje kompetencje w zakresie nowoczesnych strategii marketingowych i reklamowych. Uczestnicy poznają praktyczne zastosowania mediów społecznościowych, content marketingu oraz zasady zrównoważonego i ekologicznego marketingu. Szkolenie jest skierowane do osób posługujących się językiem ukraińskim.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

12

Data zakończenia rekrutacji

05-01-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

24

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

Celem edukacyjnym szkolenia jest wyposażenie 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).	Obserwacja w warunkach symulowanych
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 CO₂, 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 strategie 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
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak
Nazwa Podmiotu certyfikującego	SCIENCE SZKOLENIA I DORADZTWO Grzegorz Kawa
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Tak

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

Egzamin.

Walidacja odbywa się w ostatnim dniu szkolenia tj. 21.01.2025 r. w godzinach 18:00-20:00. 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.**

Szkolenie będzie prowadzone w języku ukraińskim.

W ramach szkolenia jest 24 godzin zegarowych, na co składa się:

- 9 godzin zajęć teoretycznych
- 11 godzin zajęć praktycznych
- 8 przerw po 15 minut - 2 godz.
- 2 godz. walidacja

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 brandingowi poprzez automatyczne narzędzia marketingowe i chatboty

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 24

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 24 Moduł 1: Podstawy marketingu, reklamy i praktycznych zielonych kompetencji. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu. Pre-test	Bozhena Kuzminska	12-01-2026	17:00	18:45	01:45
2 z 24 Przerwa	Bozhena Kuzminska	12-01-2026	18:45	19:00	00:15
3 z 24 Moduł 1: Podstawy marketingu, reklamy i praktycznych zielonych kompetencji. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Bozhena Kuzminska	12-01-2026	19:00	20:00	01:00
4 z 24 Moduł 1: Podstawy marketingu, reklamy i praktycznych zielonych kompetencji. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Bozhena Kuzminska	13-01-2026	17:00	18:45	01:45
5 z 24 Przerwa	Bozhena Kuzminska	13-01-2026	18:45	19:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 24 Moduł 1: Podstawy marketingu, reklamy i praktycznych zielonych kompetencji. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Bozhena Kuzminska	13-01-2026	19:00	20:00	01:00
7 z 24 Moduł 1: Podstawy marketingu, reklamy i praktycznych zielonych kompetencji. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Bozhena Kuzminska	14-01-2026	17:00	18:45	01:45
8 z 24 Przerwa	Bozhena Kuzminska	14-01-2026	18:45	19:00	00:15
9 z 24 Moduł 1: Podstawy marketingu, reklamy i praktycznych zielonych kompetencji. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.	Bozhena Kuzminska	14-01-2026	19:00	20:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 24 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.	Bozhena Kuzminska	15-01-2026	17:00	18:45	01:45
11 z 24 Przerwa	Bozhena Kuzminska	15-01-2026	18:45	19:00	00:15
12 z 24 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.	Bozhena Kuzminska	15-01-2026	19:00	20:00	01:00
13 z 24 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.	Bozhena Kuzminska	16-01-2026	17:00	18:45	01:45
14 z 24 Przerwa	Bozhena Kuzminska	16-01-2026	18:45	19:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 24 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.	Bozhena Kuzminska	16-01-2026	19:00	20:00	01:00
16 z 24 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.	Bozhena Kuzminska	19-01-2026	17:00	18:45	01:45
17 z 24 Przerwa	Bozhena Kuzminska	19-01-2026	18:45	19:00	00:15
18 z 24 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.	Bozhena Kuzminska	19-01-2026	19:00	20:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 24 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.	Bozhena Kuzminska	20-01-2026	17:00	18:45	01:45
20 z 24 Przerwa	Bozhena Kuzminska	20-01-2026	18:45	19:00	00:15
21 z 24 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.	Bozhena Kuzminska	20-01-2026	19:00	20:00	01:00
22 z 24 Moduł 3: Rozwój marki w kontekście cyfrowej transformacji - cd. Zajęcia teoretyczno-praktyczne. Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu. Post-test	Bozhena Kuzminska	21-01-2026	17:00	17:45	00:45
23 z 24 Przerwa	Bozhena Kuzminska	21-01-2026	17:45	18:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 24 Walidacja	-	21-01-2026	18:00	20:00	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	208,33 PLN
Koszt osobogodziny netto	208,33 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

Bozhena Kuzminska

Pani Bozhena to doświadczony specjalista ds. marketingu cyfrowego, e-commerce i zarządzania projektami edukacyjnymi oraz ekologicznymi. Posiada 12-letnie doświadczenie w prowadzeniu działań marketingowych na Ukrainie oraz od 8 lat szkoli w zakresie marketingu cyfrowego. Prowadzi własną działalność gospodarczą w Polsce, koncentrując się na marketingu i sprzedaży. Pracowała także w IT STEP Academy, gdzie zarządzała marką oraz kampaniami marketingowymi, zarówno online, jak i offline.

W ciągu ostatnich 5 lat przeprowadziła 17 kursów z zakresu marketingu cyfrowego dla grup liczących od 10 do 25 osób. W swoich szkoleniach skupia się na strategiach marketingowych, reklamie internetowej, e-commerce, SEO, analityce cyfrowej, UX/UI oraz wykorzystaniu narzędzi Google, takich jak Google Ads i Google Analytics. Może przedstawić referencje z przeprowadzonych szkoleń.

Jako dyrektor zarządzała zespołem odpowiedzialnym za tworzenie gier edukacyjnych o tematyce ekologicznej. W ramach tego projektu opracowywała strategie marketingowe, współpracowała z dostawcami w zakresie ekologicznych materiałów oraz wdrażała metodologię projektowania gier wspierających świadomość ekologiczną. Projekt ten przyczynił się do popularyzacji zrównoważonego rozwoju wśród dzieci i młodzieży, łącząc marketing edukacyjny z ekologiczną odpowiedzialnością biznesową.

Jest absolwentką MBA na Lwowskiej Szkole Biznesu oraz Lwowskiego Uniwersytetu Narodowego im. I. Franki.

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