



SMART BRAND
JOANNA CEPLIN

★★★★★ 4,7 / 5

16 ocen

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

Numer usługi 2025/12/04/144735/3192228

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 58 h

📅 29.01.2026 do 28.03.2026

4 900,00 PLN brutto

4 900,00 PLN netto

84,48 PLN brutto/h

84,48 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

28-01-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

58

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.	Postępuje 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
Ocena efektywności 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 58 godzin zegarowych, w tym praca własna. Zajęcia odbywają się na żywo online w godzinach 19.00-21:15, bez planowanych przerw.

12 wykładów x (3 godz. dydaktyczne + 3 zadania domowe x 30 min)

12 wykładów x 5 godz. dydaktycznych = 60 godz. dydaktycznych

60 godz. dyd. + 3 godz. dyd. (przygotowanie do egzaminu) + 5 godz. dyd. (egzamin) = 68 godz. dyd.

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 płacenia 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: 53

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 53 Analiza potrzeb biznesowych i strategia działań w social media. Kim jest Specjalista ds. Mediów Społecznościowych i jakie ma obowiązki.	Joanna Ceplin	29-01-2026	19:00	19:45	00:45
2 z 53 Analiza potrzeb biznesowych i strategia działań w social media. Z jakimi sytuacjami spotyka się Specjalista ds. mediów społecznościowych.	Joanna Ceplin	29-01-2026	19:45	20:30	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 53 Analiza potrzeb biznesowych i strategii działań w social media. Jak pracować z liderem zespołu, managerem lub ekspertem, budując przy tym swoją markę osobistą.	Joanna Ceplin	29-01-2026	20:30	21:15	00:45
4 z 53 Analiza potrzeb biznesowych i strategii działań w social media. PRACA WŁASNA	Joanna Ceplin	30-01-2026	19:00	20:30	01:30
5 z 53 Strategia cz. II i zasięgi organiczne. Umiejętność planowania strategii w SM krok po kroku.	Joanna Ceplin	03-02-2026	19:00	19:45	00:45
6 z 53 Strategia cz. II i zasięgi organiczne. Kalendarz contentowy i sposoby jego planowania.	Joanna Ceplin	03-02-2026	19:00	19:45	00:45
7 z 53 Strategia cz. II i zasięgi organiczne. Materiały edukacyjne, które się nie dezaktualizują i pozwalają stale poszerzać swoją wiedzę.	Joanna Ceplin	03-02-2026	20:30	21:15	00:45
8 z 53 Strategia cz. II i zasięgi organiczne. PRACA WŁASNA.	Joanna Ceplin	04-02-2026	19:00	20:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 53 Platforma Facebook. Skuteczne prowadzenie działań reklamowych.	Joanna Ceplin	05-02-2026	19:00	19:45	00:45
10 z 53 Platforma Facebook. Poznanie skutecznej biznesowej komunikacji.	Joanna Ceplin	05-02-2026	19:45	20:30	00:45
11 z 53 Platforma Facebook. Umiejętność wyszukiwania najświeższych i aktualnych informacji środowiska META.	Joanna Ceplin	05-02-2026	20:30	21:15	00:45
12 z 53 Platforma Facebook. PRACA WŁASNA.	Joanna Ceplin	06-02-2026	19:00	20:30	01:30
13 z 53 Platforma Instagram. CZ. I	Joanna Ceplin	10-02-2026	19:00	19:45	00:45
14 z 53 Platforma Instagram. CZ.II	Joanna Ceplin	10-02-2026	19:45	20:30	00:45
15 z 53 Platforma Instagram. CZ. III	Joanna Ceplin	10-02-2026	20:30	21:15	00:45
16 z 53 Platforma Instagram. PRACA WŁASNA.	Joanna Ceplin	11-02-2026	19:00	20:30	01:30
17 z 53 Platforma TikTok. TikTok jako platforma społecznościowa i jego algorytm.	Marta Kasprzak	12-02-2026	19:00	19:45	00:45
18 z 53 Platforma TikTok. TikTok w strategii marketingowej marki.	Marta Kasprzak	12-02-2026	19:45	20:30	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 53 Platforma TikTok Strategie tworzenia skutecznych treści na TikToka Praktyczne wskazówki i przykłady	Marta Kasprzak	12-02-2026	20:30	21:15	00:45
20 z 53 Platforma TikTok. PRACA WŁASNA.	Marta Kasprzak	13-02-2026	19:00	20:30	01:30
21 z 53 Platforma YouTube Tworzenie od podstaw kanału na YouTube.	Kamil Bolek	17-02-2026	19:00	19:45	00:45
22 z 53 Platforma YouTube. Zrozumienie, jak działają algorytmy YouTube i jak zdobywać widzów.	Kamil Bolek	17-02-2026	19:45	20:30	00:45
23 z 53 Platforma YouTube. Poznanie uniwersalnego schematu narracyjnego pozwalającego na tworzenie efektywnych wideo (takich, które łapią, utrzymują uwagę i sprzedają).	Kamil Bolek	17-02-2026	20:30	21:15	00:45
24 z 53 Platforma YouTube. PRACA WŁASNA.	Kamil Bolek	18-02-2026	19:00	20:30	01:30
25 z 53 Obsługa klienta: dobre praktyki oraz zarządzanie kryzysami. CZ. I.	Wojtek Żywolt	19-02-2026	19:00	19:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
26 z 53 Obsługa klienta: dobre praktyki oraz zarządzanie kryzysami. CZ. II.	Wojtek Żywolt	19-02-2026	19:45	20:30	00:45
27 z 53 Obsługa klienta: dobre praktyki oraz zarządzanie kryzysami. CZ. III.	Wojtek Żywolt	19-02-2026	20:30	21:15	00:45
28 z 53 Obsługa klienta: dobre praktyki oraz zarządzanie kryzysami. PRACA WŁASNA.	Wojtek Żywolt	20-02-2026	19:00	20:30	01:30
29 z 53 Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media. CZ. I.	Kacper Zamojski	24-02-2026	19:00	19:45	00:45
30 z 53 Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media. CZ. II.	Kacper Zamojski	24-02-2026	19:45	20:30	00:45
31 z 53 Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media. CZ. III.	Kacper Zamojski	24-02-2026	20:30	21:15	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
32 z 53 Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media. PRACA WŁASNA.	Kacper Zamojski	25-02-2026	19:00	20:30	01:30
33 z 53 Sporządzanie analiz i raportów w zakresie efektywności prowadzonych kampanii Zrozumienie analityki i umiejętność wyciągania z niej wniosków oraz stawiania rekomendacji.	Joanna Ceplin	26-02-2026	19:00	19:45	00:45
34 z 53 Sporządzanie analiz i raportów w zakresie efektywności prowadzonych kampanii. Lista darmowych narzędzi analitycznych do wykorzystania od razu.	Joanna Ceplin	26-02-2026	19:45	20:30	00:45
35 z 53 Sporządzanie analiz i raportów w zakresie efektywności prowadzonych kampanii. Umiejętność skuteczniejszego tworzenia raportów.	Joanna Ceplin	26-02-2026	20:30	21:15	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
36 z 53 Sporządzanie analiz i raportów w zakresie efektywności prowadzonych kampanii. PRACA WŁASNA.	Joanna Ceplin	27-02-2026	19:00	20:30	01:30
37 z 53 Przygotowanie do egzaminu + sesja Q&A. CZ. I.	Joanna Ceplin	03-03-2026	19:00	19:45	00:45
38 z 53 Przygotowanie do egzaminu + sesja Q&A. CZ. II.	Joanna Ceplin	03-03-2026	19:45	20:30	00:45
39 z 53 Przygotowanie do egzaminu + sesja Q&A. CZ. III.	Joanna Ceplin	03-03-2026	20:30	21:15	00:45
40 z 53 Formaty i strategie kampanii płatnych. Najważniejsze formaty i cele reklamowe.	Joanna Ceplin	05-03-2026	19:00	19:45	00:45
41 z 53 Formaty i strategie kampanii płatnych. Jak stosować formaty i cele i do czego służą.	Joanna Ceplin	05-03-2026	19:45	20:30	00:45
42 z 53 Formaty i strategie kampanii płatnych. Tworzenie prostych strategii kampanii płatnych.	Joanna Ceplin	05-03-2026	20:30	21:15	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
43 z 53 Formaty i strategie kampanii płatnych. PRACA WŁASNA.	Joanna Ceplin	06-03-2026	19:00	20:30	01:30
44 z 53 Współpraca z influencerami. Przygotowanie kampanii – dobór influencerów zgodnie z celem kampanii i tworzenie precyzyjnego briefu.	Natalia Sochacka	10-03-2026	19:00	19:45	00:45
45 z 53 Współpraca z influencerami. Zasady dobrej egzekucji – way of work, efektywna współpraca z influencerem lub agencją.	Natalia Sochacka	10-03-2026	19:45	20:30	00:45
46 z 53 Współpraca z influencerami. Raportowanie i ocena skuteczności – raportowanie i weryfikacja efektywności kampanii, czyli co oznacza dobrze przeprowadzona kampania influencer marketingowa.	Natalia Sochacka	10-03-2026	20:30	21:15	00:45
47 z 53 Współpraca z influencerami.	Natalia Sochacka	11-03-2026	19:00	20:30	01:30
48 z 53 Platforma LinkedIn. CZ.I.	Marcin Banaszkiewicz	12-03-2026	19:00	19:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
49 z 53 Platforma LinkedIn. CZ.II.	Marcin Banaszkiewicz	12-03-2026	19:45	20:30	00:45
50 z 53 Platforma LinkedIn. CZ.III.	Marcin Banaszkiewicz	12-03-2026	20:30	21:15	00:45
51 z 53 Platforma LinkedIn. PRACA WŁASNA.	Marcin Banaszkiewicz	13-03-2026	19:00	20:30	01:30
52 z 53 PRACA WŁASNA - PROJEKT ZALICZENIOWY.	Joanna Ceplin	16-03-2026	15:15	21:00	05:45
53 z 53 Walidacja	-	28-03-2026	16:00	21:00	05:00

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	84,48 PLN
Koszt osobogodziny netto	84,48 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 7



1 z 7

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 inspirowanie się kulturą Włoch.



2 z 7

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.



3 z 7

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.



4 z 7

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



5 z 7

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".



6 z 7

Wojtek Żywolt

Social media & ads specialist, trener, wykładowca akademicki

Absolwent mediów społecznościowych w zarządzaniu na Uniwersytecie Jagiellońskim. Był prelegentem podczas wiosennej edycji konferencji I love Marketing&Technology 2023. Regional Paid Social Senior Specialist w WPP Media Poland. Wykładowca w TEB Edukacja, Instytucie Przedsiębiorczości Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej, Wyższej Szkole Ekonomii i Informatyki w Krakowie oraz Krakowskiej Szkole Biznesu UEK.



7 z 7

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

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po ukończeniu każdy otrzyma **certyfikat i zaświadczenie** wydane na podstawie §23 ust. 3 i 4 rozporządzenia Ministra Edukacji i Nauki z dnia 6 października 2023 roku w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych (Dz.U. 2023 poz. 2175) potwierdzający kompetencje dla zawodu: **Specjalista ds. mediów społecznościowych**.

Wymagana frekwencja to min. 80%, do każdego zajęcia będzie udostępniana lista obecności.

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-spoecznosciowych/>

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).

Linki do spotkań będą udostępnione w dniu startu szkolenia.

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-spolescnosciowych/>

Kontakt



Radosław Ceplin

E-mail radek@imok.edu.pl

Telefon (+48) 501 581 138