



Smart Safety  
Consulting Spółka z  
ograniczoną  
odpowiedzialnością

★★★★★ 4,8 / 5

15 ocen

## Szkolenie realizowane w ramach projektu „Postaw swój biznes na nogi” – Negocjacje w logistyce, doskonalenie umiejętności negocjacyjnych w kontekście współpracy z przewoźnikami/spedycjami/ klientami

Numer usługi 2026/01/16/162674/3263109

📍 Rzeszów / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 09.02.2026 do 23.02.2026

2 849,60 PLN brutto

2 849,60 PLN netto

178,10 PLN brutto/h

178,10 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Negocjacje

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest skierowane do osób dorosłych uczestniczących w procesach negocjacyjnych w branży TSL oraz odpowiedzialnych za współpracę z klientami, przewoźnikami i podwykonawcami. W szkoleniu mogą wziąć udział:

- **menedżerowie i dyrektorzy logistyki, transportu i spedycji,**
- **kierownicy operacyjni i handlowi,**
- **spedytorzy, handlowcy oraz kupcy usług transportowych,**
- **osoby** odpowiedzialne za negocjowanie stawek, warunków współpracy i kontraktów,
- **pracownicy** mierzący się z presją cenową, trudnymi negocjacjami i zmiennym otoczeniem rynkowym
- Liczba uczestników: **3–10 osób** (optymalna do ćwiczeń praktycznych, pracy w grupach i symulacji wystąpień)

### Minimalna liczba uczestników

3

### Maksymalna liczba uczestników

10

### Data zakończenia rekrutacji

08-02-2026

### Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

### Liczba godzin usługi

16

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje Uczestników do rozwijania praktycznych kompetencji negocjacyjnych w branży TSL, umożliwiającym skuteczne przygotowanie, prowadzenie oraz finalizowanie negocjacji z klientami, przewoźnikami i spedytorami. Uczestnicy nauczą się analizować swoją pozycję negocjacyjną, budować argumentację cenową, zarządzać emocjami i obiekcjami, dobierać strategie oraz styl komunikacji do różnych typów osobowości, a także chronić marżę i budować długofalowe partnerstwa w dynamicznie zmieniającym

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się                                | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                   | Metoda walidacji |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Definiuje pojęcie negocjacji w branży TSL         | <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozróżnia negocjacje dystrybucyjne i integracyjne</li> <li>– klasyfikuje ich zastosowanie w branży</li> </ul> | Test teoretyczny |
| Charakteryzuje etapy procesu negocjacyjnego       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisuje kolejne etapy negocjacji</li> <li>– analizuje cele przypisane do każdego etapu</li> </ul>             | Test teoretyczny |
| Rozróżnia style negocjacyjne                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– identyfikuje styl twardy, miękki i partnerski</li> <li>– ocenia skutki każdego stylu</li> </ul>               | Test teoretyczny |
| Definiuje pojęcie BATNA                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisuje elementy BATNA</li> <li>– wyróżnia BATNA własną i przeciwnika</li> </ul>                              | Test teoretyczny |
| Definiuje cele negocjacyjne SMART                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozróżnia cele SMART i niesprecyzowane</li> <li>– ocenia poprawność sformułowanych celów</li> </ul>           | Test teoretyczny |
| Charakteryzuje zasady etycznego wywierania wpływu | <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozróżnia wpływ od manipulacji</li> <li>– uzasadnia granice etyczne działań negocjatora</li> </ul>            | Test teoretyczny |
| Charakteryzuje negocjacje w środowisku VUCA       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– opisuje cechy VUCA</li> <li>– analizuje ich konsekwencje dla strategii negocjacyjnej</li> </ul>               | Test teoretyczny |
| Planuje proces negocjacyjny                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– projektuje kolejność działań</li> <li>– uzasadnia wybór strategii negocjacyjnej</li> </ul>                    | Test teoretyczny |

| Efekty uczenia się                              | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                    | Metoda walidacji |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Opracowuje argumentację cenową                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– komponuje zestaw argumentów dla klienta lub przewoźnika</li> <li>– ocenia ich siłę perswazyjną</li> </ul>      | Test teoretyczny |
| Weryfikuje przygotowanie drugiej strony         | <ul style="list-style-type: none"> <li>– analizuje dostępne informacje o partnerze</li> <li>– klasyfikuje jego potencjalną siłę negocjacyjną</li> </ul> | Test teoretyczny |
| Analizuje obiekcje drugiej strony               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– klasyfikuje rodzaje obiekcji</li> <li>– opracowuje sposoby ich neutralizacji</li> </ul>                        | Test teoretyczny |
| Organizuje finalizację negocjacji               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– układa plan formalizacji warunków współpracy</li> <li>– ocenia kompletność uzgodnień</li> </ul>                | Test teoretyczny |
| Buduje relacje z partnerami biznesowymi         | <ul style="list-style-type: none"> <li>– klasyfikuje poziomy relacji</li> <li>– uzasadnia działania wzmacniające zaufanie</li> </ul>                    | Test teoretyczny |
| Adaptuje zachowania do kontekstu negocjacyjnego | <ul style="list-style-type: none"> <li>– ocenia sytuację negocjacyjną</li> <li>– dobiera odpowiedni styl działania</li> </ul>                           | Test teoretyczny |
| Kształtuje profesjonalny wizerunek negocjatora  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– identyfikuje elementy wizerunku</li> <li>– ocenia ich wpływ na odbiór negocjacji</li> </ul>                    | Test teoretyczny |
| Koordynuje działania zespołu negocjacyjnego     | <ul style="list-style-type: none"> <li>– planuje role i obowiązki w zespole</li> <li>– ocenia skuteczność działań zespołu</li> </ul>                    | Test teoretyczny |
| Rozwiązuje konflikty w negocjacjach             | <ul style="list-style-type: none"> <li>– identyfikuje źródła konfliktów</li> <li>– uzasadnia metody ich neutralizacji</li> </ul>                        | 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

## Dzień 1

**6 godz. teoretycznych 2 godz praktycznych zajęć**

### 1.Wprowadzenie do negocjacji w odniesieniu do branży TSL.

- Pojęcie negocjacji. Dwie główne taktyki
- Analiza własnej siły negocjacyjnej. Myślenie, a postawa kierownika/dyrektora/handlowca – początek udanych negocjacji – uwierz w siebie. Nastawienie do negocjacji (Stan twojego umysłu.
- Na co się nastawiasz: na współpracę czy walkę
- z przewoźnikiem/spedycją/klientem? Czym się wyróżniasz jako osoba? Jakie są twoje zasoby? Emocje w procesie. Jak zarządzasz emocjami? Ćwiczenie – test badania indywidualnych umiejętności negocjacyjnych uczestników.
- Cechy i zasady negocjacji – uświadomienie istoty: zrozumienia priorytetów, elastyczności, posiadania jasnych celów, zbudowania zaufania i dokładnego przygotowania do negocjacji
- z przewoźnikami/klientami. Jak to zrobić?
- Cele negocjacji (SMART) – określenie jasnych celów, które powinieneś osiągnąć po przebytych negocjacjach.
- Etapy prowadzenia negocjacji - Co powinieneś wiedzieć o drugiej stronie zanim usiądziesz do stołu negocjacyjnego? Przygotowanie w procesie negocjacji (10 pytań, które powinieneś sobie zadać przed rozpoczęciem negocjacji z przewoźnikiem/klientem). Wiedza to władza.

### 2.Specyfika rynku transportowego – przygotowanie do negocjacji z przewoźnikami/ klientami.

- Analiza kosztów przewozów – wzrost kosztów operacyjnych. Wpływ zmian prawnych na branżę TSL. Wypracowanie argumentacji pod przyszłe negocjacje cenowe z klientami, /przewoźnikami.
- Zrozumienie potrzeb przewoźników. Weryfikacja i analiza huśtawki emocjonalnej przewoźników podczas negocjacji cenowych – Ćwiczenie na zebranie trudnych zachowań przewoźników w procesie negocjowania stawek za transport – jako jeden z elementów przygotowania do negocjacji. Jak sobie z nimi radzić podczas procesu negocjacyjnego.
- Work Smart Not Hard – Motywy zakupu usług branży TSL – analiza 4 perspektyw współpracy z firmami świadczącymi usługi logistyczne: perspektywa ryzyka i bezpieczeństwa, perspektywa procesu współpracy, perspektywa finansów oraz perspektywa realizacji celów biznesowych.
- Trendy i zmiany na rynku transportowym. Czynniki zewnętrzne
- i wewnętrzne wpływające na wzrost kosztów logistycznych. Wypracowanie argumentacji negocjacyjnej.
- BATNA – czyli określenie naszej pozycji negocjacyjnej – uwzględniając trendy rynkowe w branży TSL.

### 3.Narzędzia do budowania partnerstwa z przewoźnikami/ spedycjami/klientami wspomagające procesy negocjacyjne.

- Klasyfikacja typów osobowości w kontaktach klient-dyrektor/kierownik-przewoźnik jako narzędzie wykorzystywane w każdym procesie negocjacyjnym. Ćwiczenie – mój styl pracy i komunikacji.
- Dopasowanie w komunikacji do odbiorcy w celu wynegocjowania najlepszej stawki za transport. Analiza 4 typów osobowości.
- Jaki styl komunikacji przyjąć w odniesieniu do typu osobowości. Element kluczowy – analiza w oparciu o przykłady z doświadczenia.
- Co motywuje, a co wzbudza lęk w analizowanych typach osobowości. Jak rozmawiać w procesie negocjacyjnym z każdym z tych typów osobowości.
- Mowa ciała w negocjacjach – jak ją interpretować?
- Poziom relacji a treść negocjacji.
- Najczęstsze błędy w komunikacji wobec typologii odbiorcy
- komunikatu. Warsztat polegający na tworzeniu przez uczestników właściwych komunikatów dostosowanych do 4 typów osobowości.
- Aktywne słuchanie i zadawanie odpowiednich pytań jako elementarne czynniki profesjonalnego negocjatora. Techniki wspomagające aktywne słuchanie Niepowodzenia w komunikacji, dlaczego ludzie nie słuchają?
- Przydatne pytania w procesie negocjacji zarówno z klientem co do proponowanej oferty firmy na transport jak i z przewoźnikami – podwykonawcami.

### 4.Podsumowanie szkolenia.

- Kluczowe wnioski z dnia.

## Dzień 2

### 5 godz. 45 min. teoretycznych, 2 godz. praktycznych zajęć

#### 5. Negocjacje w logistyce – wywieranie wpływu a manipulacja.

- Kluczowe mechanizmy wywierania wpływu w kontekście prowadzonych negocjacji z klientem/przewoźnikiem.
- Konsekwencje między etycznym wywieraniem wpływu na drugą stronę a manipulacją.
- Analiza sześciu kluczowych reguł, które mogą zwiększyć skuteczność wywierania wpływu w negocjacjach logistycznych.
- Jak wykorzystać swój autorytet w celu zwiększania własnej perswazji w procesie negocjacyjnym.
- Przykłady skutecznych demonstracji, które mogą wspierać proces negocjacyjny.
- Techniki naśladowstwa i ich wpływ na relacje negocjacyjne stron.

#### 6. Obiekcje w procesie negocjacji i sposoby ich rozwiewania, a finalizacja sprzedaży/zakupu usług branży TSL.

- Jak zapobiegać obiekcjom poprzez używanie właściwego języka?
- Schemat neutralizowania obiekcji klientów/przewoźników w procesie negocjacji. Warsztat – Negocjowanie stawek z przewoźnikiem – odpowiednia argumentacja – wnioski i analiza case study.
- Jakie zdolności musisz wyćwiczyć, aby skutecznie neutralizować obiekcje klienta/przewoźnika?
- Jak radzić sobie z emocjami klienta/przewoźnika i emocjami osobistymi?
- 5 skutecznych sposobów na rozwiewanie obiekcji drugiej strony podczas negocjacji w branży TSL.
- Jak rozmawiać i negocjować z klientem/przewoźnikiem: despotycznym, wymagającym i drobiazgowym, chaotycznym i nadużywającym przysług oraz z klientem/przewoźnikiem „z piekła rodem”.
- Odróżnienie asertywności od zachowań agresywnych. Asertywność, a relacje z klientami, przewoźnikami, podwykonawcami (tymi miłymi i trudnymi).
- Zapobieganie konfliktom w relacji z partnerem biznesowym (klient, przewoźnik) - w odniesieniu do pików sprzedażowych i pojawiających się sytuacji trudnych w tym okresie.

#### 7. Jak zostać doskonałym sprzedawcą/kupującym usługi transportowe? Jak sprzedawać i kupować w zmiennym środowisku VUCA.

- Jaką strategię obrać z klientem/przewoźnikiem monopolistą? Jak bronić się przed strategią drugiej strony opartą na manipulacji?
- Negocjacje z kluczowymi klientami/przewoźnikami. Kiedy to druga strona ma przewagę negocjacyjną i próbuje przewertować swoje wszystkie racje, wiedząc, że od tego zależy nasze być albo nie być. Jak bronić naszej marzy w negocjacjach z klientami/przewoźnikami. Warsztat i wybór odpowiedniej strategii negocjacyjnej.
- Sposoby rozmowy z równorzędnym partnerem – czyli jak zyskiwać przewagę konkurencyjną?
- Jak negocjować, gdy to my jesteśmy na wygranej pozycji. Niby prosta sytuacja, ale na co należy zwracać uwagę.
- Sytuacje niezaplanowane – zmiana perspektywy i rola kreatywności
- w negocjacjach.
- Finalizacja i formalizacja warunków współpracy z przebiegłych negocjacji.

#### 8. Podsumowanie. Pytania do... Problemy w negocjacjach. Analiza realnych przykładów problemów negocjacyjnych zgłaszanych przez uczestników szkolenia.

- Weryfikacja rzeczywistych problemów z jakimi zmierzli się uczestnicy szkolenia w historii firmy. Z zaznaczeniem, żeby były to problemy postrzegane przez nich jako bardzo trudne i nieudane. Analiza założeń do przykładów i całego przebiegu takich negocjacji z zaakcentowaniem co się udało a co nie i dlaczego. Burza mózgów na temat „Co można było zrobić innego w tej sytuacji”.

#### 9. Podsumowanie szkolenia.

- Kluczowe wnioski z dnia.

#### 10. Walidacja (15 min)

Celem walidacji jest potwierdzenie, że uczestnik szkolenia osiągnął zakładane efekty uczenia się.

Walidacja odbywa się w formie testu teoretycznego realizowanego na ostatnim etapie szkolenia. Test ma na celu weryfikację stopnia przyswojenia wiedzy przekazanej podczas zajęć oraz zrozumienia zasad i technik omawianych w poszczególnych modułach szkoleniowych.

Narzędziem walidacyjnym jest **test jednokrotnego wyboru** w formie papierowej zawierający pytania zamknięte. Test przeprowadzany jest **bezpośrednio po zakończeniu części szkoleniowej**, w obecności trenera prowadzącego lub wyznaczonej osoby odpowiedzialnej za weryfikację efektów uczenia się. Warunkiem uzyskania pozytywnego wyniku walidacji jest udzielenie co najmniej 70% prawidłowych odpowiedzi. Za przygotowanie pytań do testu odpowiedzialny jest walidator, natomiast osoba prowadząca rozdaje testy na miejscu szkolenia. Testy po zakończeniu usługi są sprawdzane przez walidatora.

Czas przeznaczony na test: 15 minut.

Przerwy oraz walidacja są wliczone w koszt usługi. Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych.

Szkolenie trwa 16 x 60 minut = 16 godz. zegarowych. Harmonogram dodatkowo obejmuje przerwy w wymiarze jednej godz. każdego dnia.

Warunki organizacyjne zostały opisane w sekcji Warunki uczestnictwa.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                          | Prowadzący            | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>1 z 16</div> 1. Wprowadzenie do negocjacji w odniesieniu do branży TSL.                                                     | Emilia Nowaczek- Kłos | 09-02-2026            | 09:00               | 11:00               | 02:00         |
| <div>2 z 16</div> przerwa kawowa                                                                                                 | Emilia Nowaczek- Kłos | 09-02-2026            | 11:00               | 11:15               | 00:15         |
| <div>3 z 16</div> 2. Specyfika rynku transportowego – przygotowanie do negocjacji z przewoźnikami/ klientami.                    | Emilia Nowaczek- Kłos | 09-02-2026            | 11:15               | 13:00               | 01:45         |
| <div>4 z 16</div> przerwa obiadowa                                                                                               | Emilia Nowaczek- Kłos | 09-02-2026            | 13:00               | 13:30               | 00:30         |
| <div>5 z 16</div> 3. Narzędzia do budowania partnerstwa z przewoźnikami/ spedycjami/klientami wspomagające procesy negocjacyjne. | Emilia Nowaczek- Kłos | 09-02-2026            | 13:30               | 15:00               | 01:30         |
| <div>6 z 16</div> przerwa kawowa                                                                                                 | Emilia Nowaczek- Kłos | 09-02-2026            | 15:00               | 15:15               | 00:15         |
| <div>7 z 16</div> 4. Podsumowanie szkolenia.                                                                                     | Emilia Nowaczek- Kłos | 09-02-2026            | 15:15               | 17:00               | 01:45         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                        | Prowadzący            | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 8 z 16 5. Negocjacje w logistyce – wywieranie wpływu a manipulacja.                                                                                            | Emilia Nowaczek- Kłos | 23-02-2026            | 09:00               | 11:00               | 02:00         |
| 9 z 16 przerwa kawowa                                                                                                                                          | Emilia Nowaczek- Kłos | 23-02-2026            | 11:00               | 11:15               | 00:15         |
| 10 z 16 6. Obiekcje w procesie negocjacji i sposoby ich rozwiewania, a finalizacja sprzedaży/zakup u usług branży TSL.                                         | Emilia Nowaczek- Kłos | 23-02-2026            | 11:15               | 13:00               | 01:45         |
| 11 z 16 przerwa obiadowa                                                                                                                                       | Emilia Nowaczek- Kłos | 23-02-2026            | 13:00               | 13:30               | 00:30         |
| 12 z 16 7. Jak zostać doskonałym sprzedawcą/kupującym usługi transportowe? Jak sprzedawać i kupować w zmiennym środowisku VUCA.                                | Emilia Nowaczek- Kłos | 23-02-2026            | 13:30               | 15:00               | 01:30         |
| 13 z 16 przerwa kawowa                                                                                                                                         | Emilia Nowaczek- Kłos | 23-02-2026            | 15:00               | 15:15               | 00:15         |
| 14 z 16 8. Podsumowanie . Pytania do... Problemy w negocjacjach. Analiza realnych przykładów problemów negocjacyjnych zgłaszanych przez uczestników szkolenia. | Emilia Nowaczek- Kłos | 23-02-2026            | 15:15               | 16:15               | 01:00         |

| Przedmiot / temat zajęć              | Prowadzący            | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 15 z 16<br>9.Podsumowanie szkolenia. | Emilia Nowaczek- Kłos | 23-02-2026            | 16:15               | 16:45               | 00:30         |
| 16 z 16<br>10.Walidacja              | -                     | 23-02-2026            | 16:45               | 17:00               | 00:15         |

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 2 849,60 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 2 849,60 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 178,10 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 178,10 PLN   |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Emilia Nowaczek- Kłos

Trener, doradca, strateg z 16-letnim dośw. w obszarach sprzedaży i obsługi klienta. Wieloletni praktyk sprzedaży nastawiony na osiąganie ambitnych celów i planów organizacji. Certyfikowany Trener Biznesu Akademii SET®. Absolwent Politechniki Białostockiej „Marketing i Zarządzanie” ze specjalnością „Handel zagraniczny”. Kilkunastoletnie doświadczenie biznesowe zdobywała w międzynarodowej korporacji Raben Logistic, gdzie szkoliła oddziały Raben Litwa, Raben Łotwa oraz Raben Estonia z zakresu sprzedaży i nowych systemów obsługi klienta wprowadzanych w grupie kapitałowej. Od 2015 roku zajmuje się rekrutowaniem, szkoleniem i wdrażaniem pracowników do organizacji. Ponadto zajmuje się doradztwem w zakresie zarządzania procesowego, minimalizacji kosztów organizacji w oparciu o wskaźniki ilościowe, wydajnościowe i sprzedażowe, w tym sprzedaż elektroniczna. Skuteczny negocjator i planista procesów zachodzących w organizacji. Jako konsultant tworzy kompleksowe procesy rozwojowe wykorzystując zdobytą wiedzę i doświadczenie. Była odpowiedzialna za wdrażanie standardów obsługi klienta. Manager zorientowany na budowanie wysoce zaangażowanych i skutecznych zespołów. W szkoleniach, które prowadzi duży nacisk kładzie na utrwalenie zdobytej wiedzy, nie tylko podczas warsztatów, ale również po ich zakończeniu. Posiada ponad 120h dośw. wprowadzeniu szkoleń o podobnej



tematyce w przeciągu ostatnich 24 miesięcy, liczone wstecz od dnia szkolenia. W ciągu ostatnich 5 lat licząc od daty usługi, prow.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają materiały szkoleniowe obejmujące swoim zakresem tematykę szkolenia (prezentacje) oraz skrypt

### Warunki uczestnictwa

Uczestnicy szkolenia powinni mieć możliwość swobodnego zajęcia swojego miejsca na szkoleniu, możliwość robienia notatek oraz zapewnienie odpowiedniej odległości do czytania wyświetlanej prezentacji.

W przypadku zapewnienia sali szkoleniowej przez zamawiającego szkolenie, odpowiedzialność za powyższe warunki spoczywa na zamawiającym. Wielkość sali powinna być dostosowana do liczby uczestników, zapewniając odpowiednią przestrzeń na każdego uczestnika, zgodnie z normami bezpieczeństwa (przykładowo, 1,5-2 m<sup>2</sup> na osobę).

Dla osób z niepełnosprawnościami sala szkoleniowa powinna obejmować podjazdy i windy, odpowiednio szerokie drzwi, przestrzeń umożliwiającą swobodne poruszanie się wózkem inwalidzkim, przystosowane toalety, a także stanowiska dla osób z niepełnosprawnościami (np. stoły z regulowaną wysokością).

### Informacje dodatkowe

Szkolenie realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi tj. symulacje, case study, scenki treningowe, ćwiczenia grupowe i indywidualne, gry i filmy szkoleniowe, dyskusje, analizy doświadczeń uczestników, dzięki czemu zdobędą wiedzę oraz rozwiną umiejętności, postawy i zachowania

Podczas szkolenia przewidziane są:

2 przerwy kawowe x 15 min

1 przerwa x 30 min

Rezerwacja i obsługa: Powinna być dostępna os. odpowiedzialna za rezerwację i obsługę sali, gotowa do pomocy w przypadku problemów technicznych lub organizacyjnych podczas szkolenia (kont. tel.).

Sala szkol. powinna zawierać:

- dostęp do światła dziennego
- bezpieczne i higieniczne warunki real. szkol.
- regulaminy i instr. BHP, zas. ewakuacji, instr. bezp. pożar.

Przerwy oraz walidacja są wliczone w koszt usługi. Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych.

W przypadku finansowania ze środków publicznych w przynajmniej 70% - cena netto=brutto. Stawka vat zgodnie z art. 43 ust. 1 pkt 29 podpunkt c), ustawy o vat

## Adres

ul. 9 Dywizji Piechoty 8  
35-083 Rzeszów  
woj. podkarpackie

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

## Kontakt



**Łukasz Furtak**

**E-mail** [biuro@smartsc.com.pl](mailto:biuro@smartsc.com.pl)

**Telefon** (+48) 534 483 483