



Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych w (content marketing)

Numer usługi 2026/02/03/120895/3303454

5 025,00 PLN brutto
5 025,00 PLN netto
157,03 PLN brutto/h
157,03 PLN netto/h

IQ CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

7 517 ocen

📍 Pszczyna
🏠 Usługa szkoleniowa
📄 stacjonarna
🕒 32:00 h
📅 11.05.2026 do 17.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Grupę docelową usługi stanowią wszystkie osoby pragnące uzyskać kwalifikację Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing), a w szczególności osoby aktywne zawodowo oraz planujące rozwój kompetencji w obszarze marketingu cyfrowego realizowanego w kontekście zielonych specjalizacji oraz transformacji ekologicznej gospodarki.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

21

Data zakończenia rekrutacji

10-05-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

32

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

Osoba posiadająca kwalifikację Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing) jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z tworzeniem, wdrażaniem oraz produkcji różnorodnych treści oraz ich efektywnej dystrybucji w celu osiągnięcia celów biznesowych z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju. Przygotowuje i dystrybuuje treści marketingowe, jest przygotowana do samodzielnego prowadzenia projektów marketingowych

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa	omawia dostępne działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych	Test teoretyczny
	analizuje narzędzia marketingowe stosowane w przedsiębiorstwie (strona internetowa, media społecznościowe, blogi, fora internetowe, grupy dyskusyjne, portale internetowe, artykuły prasowe, materiały drukowane) pod kątem treści marketingowej oraz ich śladu węglowego i zgodności z etyką ekologiczną	Obserwacja w warunkach symulowanych
	charakteryzuje działania marketingowe podejmowane w. przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności	Test teoretyczny
	sporządza prezentację dotyczącą strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Test teoretyczny Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju	rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa np. na podstawie przeprowadzonego wywiadu	Test teoretyczny
	identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych	Test teoretyczny
	określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji	Test teoretyczny
	charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Test teoretyczny
	dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych	Test teoretyczny
	omawia zasady tworzenia treści marketingowych w zależności od kanału dystrybucji i grupy docelowej (z uwzględnieniem słów kluczowych, rodzajów treści multimedialnych, atrakcyjności i perswazyjności przekazu)	Test teoretyczny
	omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu	Test teoretyczny
	planuje wykorzystanie innych zasobów do tworzenia treści marketingowych (z zewnątrz i wewnątrz przedsiębiorstwa)	Test teoretyczny
tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu, tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych, sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi.	Obserwacja w warunkach symulowanych	
identyfikuje i eliminuje ryzyko greenwashingu w planowanej strategii komunikacji	Test teoretyczny	
dobiera rozwiązania technologiczne (np. zielony hosting) sprzyjające redukcji cyfrowego śladu węglowego kampanii	Wywiad swobodny	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji	rozdziela rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji	Test teoretyczny
	sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego	Test teoretyczny
	optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	<p>omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG</p> <p>omawia wpływ odpowiedzialnego (zrównoważonego) copywritingu na budowanie autentycznego wizerunku marki</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
Opracowuje materiały graficzne	rozdziela rodzaje materiałów graficznych	Test teoretyczny
	wymienia źródła materiałów graficznych	Test teoretyczny
	charakteryzuje formaty plików graficznych	Test teoretyczny
	tworzy scenariusz sesji zdjęciowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadruje, dodaje napisy, stosuje filtry graficzne)	Test teoretyczny
	dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego	Wywiad ustrukturyzowany
stosuje techniki optymalizacji i kompresji plików graficznych w celu ograniczania transferu danych i zużycia energii (Digital Sobriety)	Obserwacja w warunkach symulowanych	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje materiały audiowizualne	rozdziela rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych	Test teoretyczny
	określa cel materiału audiowizualnego	Test teoretyczny
	tworzy scenariusz materiału audiowizualnego	Test teoretyczny
	przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	omawia zasady przygotowania materiałów audiowizualnych zgodnie z obowiązującym standardem WCAG	Test teoretyczny
Publikuje treści marketingowe	tworzy proste strony internetowe (w tym tzw. landing pages)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C	Test teoretyczny
	wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce)	Test teoretyczny
	wprowadza treści do systemów zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowych (e-commerce)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	omawia proces automatyzacji marketingu	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Monitoruje efekty wdrożenia treści marketingowych	rozdziela programy do monitorowania ruchu w internecie	Test teoretyczny
	dobiera narzędzie do monitorowania ruchu w internecie do kanału dystrybucji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	charakteryzuje narzędzia umożliwiające przeszukiwanie mediów społecznościowych	Test teoretyczny
	analizuje i ocenia treści pod kątem zaangażowania użytkowników	Obserwacja w warunkach symulowanych
	<p>omawia sposoby optymalizacji treści marketingowych (dobór narzędzi dystrybucji, zmiana treści, grafik, materiałów audiowizualnych)</p> <p>ocenia wpływ optymalizacji treści na szybkość ładowania zasobów i wynikającą z tego oszczędność energii</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
Optymalizuje zasoby cyfrowe z uwzględnieniem zasad zielonej transformacji oraz ograniczania śladu węglowego treści cyfrowych (Digital Sobriety).	Dobiera i stosuje techniczne metody optymalizacji treści cyfrowych (m.in. kompresję plików, konwersję formatów do WebP/SVG, optymalizację wideo), uzasadniając ich wpływ na zmniejszenie transferu danych oraz ograniczenie zużycia energii przez infrastrukturę IT.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	<p>Projektuje materiały cyfrowe zgodnie z zasadami ekoprojektowania (eco-design), w tym:</p> <p>ogranicza zbędne elementy wizualne i animacyjne,</p> <p>minimalizuje obciążenie procesowe urządzeń końcowych,</p> <p>stosuje rozwiązania sprzyjające efektywności energetycznej publikowanych treści.</p>	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uzasadnia znaczenie optymalizacji treści cyfrowych w kontekście celów zrównoważonego rozwoju i zielonej transformacji, wskazując zależność pomiędzy projektowaniem cyfrowym a emisją CO ₂ w sektorze ICT.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje strategie content marketingowe w dobie zielonej transformacji	wyjaśnia założenia zielonej transformacji (ESG, GOZ, zrównoważony rozwój) w kontekście komunikacji marketingowej,	Wywiad swobodny
	identyfikuje regulacje i wytyczne dotyczące komunikacji środowiskowej (np. greenwashing),	Wywiad swobodny
	analizuje potrzeby grupy docelowej w kontekście komunikacji prośrodowiskowej,	Wywiad swobodny
	opracowuje plan treści (content plan) zgodny z zasadami transparentności i rzetelności komunikacji ekologicznej,	Obserwacja w warunkach symulowanych
Implementuje standardy ESG oraz wymogi unijne w zakresie etycznej i transparentnej komunikacji marketingowej.	definiuje wskaźniki efektywności (KPI) dla działań content marketingowych w obszarze zielonych kompetencji.	Wywiad swobodny
	Projektuje komunikację wspierającą raportowanie ESG, dobierając odpowiednie wskaźniki (np. środowiskowe) i prezentując je w sposób zrozumiały dla interesariuszy.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Identyfikuje i eliminuje przejawy greenwashingu w komunikatach marketingowych, opierając się na aktualnych dyrektywach i regulacjach UE (m.in. Green Claims Directive).	Wywiad swobodny
	Weryfikuje autentyczność twierdzeń ekologicznych przed ich publikacją, dbając o to, by każda informacja o „zrównoważonym charakterze” produktu miała pokrycie w twardych danych lub certyfikatach.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje włączone do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji

Kwalifikacje	Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
Kod kwalifikacji zarejestrowanej w ZRK	12629

Program

Dzień 1. Strategia i planowanie: Marketing w dobie zrównoważonego rozwoju

1. Wprowadzenie do strategii marketingowej i ekosystemu mediów Uczestnicy zapoznają się z definicją strategii marketingowej i jej rolą w budowaniu pozycji rynkowej. Omówione zostaną kluczowe działania (kampanie online, social media, print) w kontekście ich efektywności biznesowej oraz wpływu na środowisko (zarys koncepcji zrównoważonego marketingu).

2. Analiza i ekologiczna efektywność narzędzi marketingowych Przegląd popularnych narzędzi (WWW, Facebook, Instagram, LinkedIn, materiały drukowane). Uczestnicy nauczą się oceniać kanały nie tylko pod kątem zasięgów, ale i cyfrowej wydajności (wpływ hostingu i wagi strony na zużycie energii). Wprowadzenie do „lekkiego internetu” i optymalizacji zasobów cyfrowych.

3. Analiza działań konkurencji z perspektywy rynkowej i wizerunkowej Analiza benchmarków rynkowych. Uczestnicy dowiedzą się, jak weryfikować skuteczność konkurencji oraz jak identyfikować w ich komunikacji elementy *greenwashingu* (pozornych działań eko) vs autentycznego zaangażowania społecznego (CSR/ESG), co pozwoli budować przewagę konkurencyjną.

4. Kryteria sukcesu: KPI i cyfrowy ślad węglowy Omówienie wskaźników efektywności (konwersja, zasięg, ROI) rozszerzone o świadomość cyfrowego śladu węglowego kampanii. Uczestnicy poznają metody mierzenia sukcesu, które łączą cele sprzedażowe z optymalizacją zasobów (mniej „cyfrowych odpadów”, wyższa skuteczność).

5. Indywidualna analiza strategii marketingowej (Case Study) Praktyczna analiza strategii wybranego przedsiębiorstwa. Uczestnicy oceniają dobór narzędzi i treści, weryfikując czy komunikacja jest spójna, efektywna i czy uwzględnia nowoczesne standardy odpowiedzialności biznesu (np. unikanie nadprodukcji treści o niskiej wartości).

6. Wnioskowanie i optymalizacja strategii Porównanie własnych analiz z działaniami konkurencji. Identyfikacja obszarów do poprawy ("luk strategicznych") oraz miejsc, gdzie można zredukować koszty i zasoby przy zachowaniu wysokiej skuteczności dotarcia.

7. Tworzenie zrównoważonego harmonogramu i budżetu Przygotowanie planu działań marketingowych. Nauka planowania treści typu *evergreen* (długowiecznych), które pozwalają oszczędzać budżet i pracę zespołu w długim terminie. Opracowanie harmonogramu, który realizuje cele biznesowe bez zbędnego "szumu informacyjnego".

8. Zrównoważony Ekosystem Cyfrowy: Innowacje ICT w służbie Zielonej Transformacji Podczas zajęć uczestnicy zgłębią wiedzę na temat optymalizacji procesów marketingowych w celu realnej redukcji zużycia energii, wdrażając w swojej pracy niskoemisyjne modele komunikacji cyfrowej. Program kładzie szczególny nacisk na zrozumienie wpływu infrastruktury sieciowej, centrów danych oraz wyboru hostingu na środowisko naturalne, wskazując na konkretne rozwiązania proekologiczne. Uczestnicy dowiedzą się, jak inteligentna automatyzacja marketingu może stać się kluczowym narzędziem ograniczania zasobochłonności operacyjnej firmy. Całość modułu osadzona jest w kontekście marketingu cyfrowego realizowanego w duchu gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ), co pozwala na budowanie trwałych i odpowiedzialnych strategii biznesowych, wspierających zieloną transformację regionu.

Dzień 2. Warsztat twórczy: Ekoprojektowanie treści (Content Creation)

1. Redagowanie tekstów: Copywriting sprzedażowy i etyczny Tworzenie postów, artykułów i opisów produktów. Nauka pisania językiem korzyści z uwzględnieniem transparentności i etyki (unikanie manipulacji). Optymalizacja treści pod SEO (pozycjonowanie jako metoda skracania ścieżki klienta i oszczędności energii). Dostępność cyfrowa treści (WCAG) jako element społecznej odpowiedzialności.

2. Opracowanie materiałów graficznych: Design i optymalizacja Tworzenie grafik (zdjęcia, infografiki) z naciskiem na "Digital Sobriety" (cyfrową wstrzemięźliwość). Nauka doboru formatów (JPEG, PNG, SVG) i kompresji, aby grafiki ładowały się szybciej i zużywały mniej transferu danych. Zasady kompozycji i recyklingu treści wizualnych (ponowne wykorzystanie zasobów).

3. Opracowanie materiałów audiowizualnych Tworzenie scenariuszy wideo i podcastów. Jak planować nagrania, by minimalizować odpady i zasoby (np. wirtualne tła, optymalizacja czasu nagrań). Dostępność multimedialnych (napisy, transkrypcje) zgodna ze standardami WCAG – zwiększanie zasięgu i inkluzywność przekazu.

4. Warsztat: Tworzenie tekstu marketingowego (Zadanie indywidualne) Uczestnicy redagują tekst (np. post, opis produktu) realizujący cel biznesowy. Zadanie obejmuje optymalizację SEO oraz weryfikację treści pod kątem wiarygodności (anty-greenwashing) i dostępności językowej.

5. Warsztat: Przygotowanie zoptymalizowanej grafiki (Zadanie indywidualne) Projektowanie materiału wizualnego. Uczestnik musi nie tylko stworzyć estetyczną grafikę, ale także poprawnie ją sformatować i skompresować (redukcja wagi pliku), dbając o szybkość ładowania i jakość wyświetlania na urządzeniach mobilnych.

6. Warsztat: Prosty materiał audiowizualny (Zadanie indywidualne) Opracowanie koncepcji/scenariusza krótkiego wideo lub animacji. Uwzględnienie wytycznych WCAG oraz planu dystrybucji, który maksymalizuje dotarcie do grupy docelowej przy minimalnym nakładzie produkcyjnym.

Dzień 3. Walidacja teoretyczna oraz praktyczna szkolenia

Uczestnicy podsumują zdobytą wiedzę i przeanalizują, jakie działania optymalizacyjne mogą wprowadzić w swoich strategiach dystrybucji treści, aby skuteczniej angażować odbiorców i osiągać założone cele marketingowe.

Walidacji kwalifikacji ZSK "Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)" składa się z dwóch części: egzaminu teoretycznego oraz praktycznego.

-Walidacja teoretyczna oraz praktyczna, certyfikacja

-Walidacja teoretyczna oraz praktyczna, certyfikacja

Podczas części praktycznej kandydat musi wykazać się umiejętnością optymalizacji materiałów marketingowych pod kątem ich wydajności energetycznej (np. poprzez właściwy dobór formatów plików) oraz umiejętnością planowania komunikacji wolnej od manipulacji ekologicznej (greenwashingu)

Egzamin teoretyczny sprawdza wiedzę uczestnika we wszystkich efektach i większości kryteriów uczenia się, jakie są wymagane dla tej kwalifikacji. Uczestnicy odpowiadają na pytania zamknięte, które oceniają ich wiedzę w zakresie planowania, tworzenia i dystrybucji treści marketingowych. Każdy z uczestników ma 120minut na rozwiązanie testu składającego się wyłącznie z pytań zamkniętych, jednokrotnego wyboru.

Po zweryfikowaniu zadań z części teoretycznej może nastąpić dopytanie przez komisję uczestników którzy wykazali niewielkie braki w wiedzy z testu ujęte w kluczu oceny części teoretycznej. Po zakończeniu weryfikacji części teoretycznej uczestnicy przechodzą do zadań w części praktycznej.

Część praktyczna egzaminu weryfikuje umiejętności kandydata w zakresie planowania, tworzenia i realizacji zadań marketingowych.

Kandydaci muszą wykazać się zdolnością do tworzenia, optymalizowania oraz dystrybucji treści marketingowych z wykorzystaniem narzędzi i technik content marketingu.

Egzamin praktyczny obejmuje każdy z efektów uczenia się w strategicznie wybranych kryteriach, które wymagają zastosowania wiedzy w konkretnych zadaniach, odzwierciedlających rzeczywiste sytuacje zawodowe. Zadania praktyczne obejmują:

- Analizę narzędzi marketingowych
- Prezentacja strategii marketingowej
- Plan działań marketingowych
- Charakteryzacja kanałów dystrybucji
- Redagowanie tekstu marketingowego
- Obróbka materiałów
- Scenariusz materiału audiowizualnego
- Analiza wskaźników
- Landing page, CTA

Zadania wykonywane są w ściśle określonej kolejności wyznaczonej przez komisję. Uczestnik dostaje zadanie z określonym czasem na jego wykonanie, a następnie w określonym czasie omawia/prezentuje je przed komisją walidacyjną.

Ocena każdego z uczestników jest zapisywana na karcie obserwacji osobno sprecyzowanej do każdego z zadań. Karta obserwacji stanowi narzędzie oceny w części praktycznej.

Czas przeznaczony na realizację zadań praktycznych wynosi 120 minut, z dodatkowym czasem na omówienie wyników przed komisją.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 3

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 3 Dzień 1. Strategia i planowanie: Marketing w dobie zrównoważonego rozwoju	Marek Wendreński	11-05-2026	08:00	18:00	10:00
2 z 3 Dzień 2. Warsztat twórczy: Ekoprojektowanie treści (Content Creation)	Marek Wendreński	14-05-2026	08:00	18:00	10:00
3 z 3 Walidacja szkolenia	-	17-05-2026	08:00	12:00	04:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 025,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 025,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	157,03 PLN
Koszt osobogodziny netto	157,03 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marek Wendreński

Ekspert strategii komunikacji digitalowej, którego kluczowe doświadczenie zawodowe oraz kwalifikacje zostały nabyte i rozwinięte w okresie ostatnich 5 lat (2021–2026). W tym czasie z sukcesem zrealizował dziesiątki projektów doradczych dla sektora MŚP, wdrażając innowacyjne i zrównoważone modele obecności w mediach społecznościowych. W latach 2021–2025 wyspecjalizował się w skalowaniu marek (m.in. w branży Beauty) w nowej rzeczywistości rynkowej, osiągając mierzalne sukcesy, takie jak budowa społeczności od 0 do 100 000 obserwujących na platformie TikTok (wyniki z lat 2022-2024). Jego bieżąca praktyka zawodowa (2024-2026) koncentruje się na projektowaniu kampanii w duchu Digital Sobriety oraz etyki ESG, co potwierdza pełną aktualność wiedzy w zakresie zielonej transformacji cyfrowej i wymogów UE. Posiada certyfikacje branżowe (Meta, TikTok Ads) oraz kompetencje trenerskie systematycznie aktualizowane w latach 2023–2025, co gwarantuje przekazywanie wiedzy zgodnej z najnowszymi algorytmami i standardami rynkowymi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają materiały dydaktyczne w formie papierowej przygotowane w oparciu o tematykę szkolenia oraz zgodnie z wymaganiami prawnymi określonymi w prawie polskim oraz UE oraz bogato ilustrowany skrypt podsumowujący wiedzę zdobytą na szkoleniu. Usługa szkoleniowa kładzie szczególny nacisk na zielone kompetencje w marketingu cyfrowym, ucząc jak tworzyć treści efektywne biznesowo przy minimalizacji ich śladu węglowego (eco-content)

Szkolenie wpisuje się w Regionalne Inteligentne Specjalizacje Województwa Śląskiego. Szkolenie rozwija kompetencje cyfrowe w zakresie wykorzystania nowoczesnych narzędzi internetowych do dystrybucji treści, co wspiera cyfryzację przedsiębiorstw w regionie. Usługa wspiera transformację ekologiczną regionu, promując postawy prośrodowiskowe w komunikacji biznesowej, rozwija kompetencje umożliwiające wykorzystanie technologii cyfrowych w sposób energooszczędny oraz wspierający neutralność klimatyczną regionu.

Walidacja szkolenia prowadzi do uzyskania kwalifikacji opisanej kodem 12629 w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji.

Warunki uczestnictwa

Ukończone 18 lat.

Warunkiem przystąpienia do egzaminu z certyfikatem ZSK jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć w formie stacjonarnej.

Informacje dodatkowe

Komisja walidacyjna składająca się z egzaminatora (Jakub Mróz), który przeprowadzi część teoretyczną i praktyczną egzaminu.

W procesie weryfikacji biorą udział: operator systemu egzaminacyjnego, który organizuje zaplecze techniczne do przeprowadzenia weryfikacji i nadzoruje przebieg testu; komisja weryfikacyjna, składająca się z jednego egzaminatora, który przeprowadzi część praktyczną egzaminu. Osoba będąca egzaminatorem może być jednocześnie operatorem systemu egzaminacyjnego.

Egzamin teoretyczny przeprowadzany jest z wykorzystaniem elektronicznego systemu egzaminacyjnego. Szkolenie prowadzone będzie w formie warsztatowej, zakładającej aktywny udział uczestników i przeprowadzenie ćwiczeń praktycznych.

Do zadań praktycznych wykorzystane zostaną takie narzędzia (programy) jak: Canva i Cap Cut.

Adres

ul. Warowna 47
43-200 Pszczyna
woj. śląskie

Walidacja i Certyfikacja będzie odbywać się na:

ul. Warowna 47
43-200 Pszczyna
woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



BARTOSZ GRZYWA

E-mail bartosz.grzywa@iq-consulting.pl

Telefon (+48) 723 552 443