



Digital Marketing
Krzysztof Szymak

★★★★★ 4,9 / 5

490 ocen

Green Marketing Basics: Social Media - skuteczne i odpowiedzialne strategie marketingowe oraz praktyczne wykorzystanie AI w social media. Budowanie świadomości marki w duchu zrównoważonego rozwoju. Kwalifikacje. Szkolenie.

Numer usługi 2026/02/10/163842/3323120

📍 Katowice

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 16:00 h

📅 13.06.2026 do 19.06.2026

6 081,12 PLN brutto

4 944,00 PLN netto

380,07 PLN brutto/h

309,00 PLN netto/h

233,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Internet

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób, które z **własnej inicjatywy** rozpoczynają ścieżkę zawodową w obszarze marketingu cyfrowego i mediów społecznościowych, a także chcą zdobyć podstawową wiedzę oraz praktyczne umiejętności w zakresie wykorzystania AI w planowaniu i realizacji działań marketingowych.

Usługa szkoleniowa dedykowana jest osobom chcącym rozwijać swoje kompetencje cyfrowe, analityczne oraz zielone - w szczególności w zakresie działań marketingowych w środowisku Meta, etycznego wykorzystania AI oraz tworzenia treści przyjaznych środowisku.

Uczestnicy, którzy ukończą szkolenie, mogą uzyskać **kwalifikację międzynarodową Specjalista ds. marketingu (social media / digital / AI) GCCS-DIG-002**, potwierdzającą ich przygotowanie do samodzielnego planowania, realizacji i analizy kampanii w social media.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

12-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa przygotowuje do samodzielnego planowania i realizowania skutecznych strategii marketingowych w mediach społecznościowych, z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi cyfrowych (CapCut, Canva) i sztucznej inteligencji, uwzględnieniem zasad etycznej i zrównoważonej komunikacji cyfrowej. Program rozwija umiejętności w obszarze technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) oraz zielone kompetencje, rozumiane jako efektywne, etyczne i zrównoważone korzystanie z zasobów cyfrowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozróżnia działania marketingowe wspierające model gospodarki obiegu zamkniętego w e-commerce.	Wyjaśnia różnicę między promocją produktów jednorazowych a kampaniami edukacyjnymi recyklingu.	Test teoretyczny
	Opisuje programy zwrotu produktów jako narzędzie marketingowe GOZ.	Test teoretyczny
Charakteryzuje metody projektowania kampanii medialnych z uwzględnieniem śladu węglowego.	Wyjaśnia znaczenie certyfikacji zielonej w doborze kanałów cyfrowych.	Test teoretyczny
	Opisuje zasady doboru papieru z certyfikatem FSC i optymalizacji plików.	Test teoretyczny
Klasyfikuje narzędzia analityczne do pomiaru wpływu kampanii na zmianę zachowań ekologicznych.	Wyjaśnia rolę analizy sentymentu w mediach społecznościowych.	Test teoretyczny
	Opisuje metodologię badań świadomości ekologicznej przed i po kampanii.	Test teoretyczny
Wyjaśnia elementy strategii konkurencyjnej marki zrównoważonej na rynku produktów ekologicznych.	Charakteryzuje znaczenie autentyczności i wartości marki w pozycjonowaniu.	Test teoretyczny
	Opisuje wpływ łańcucha dostaw i edukacji konsumentów na pozycję konkurencyjną.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Mierzy i raportuje wpływ kampanii marketingowej na środowisko naturalne i świadomość.	Monitoruje wskaźniki emisji CO2, zużycia papieru, energii i wody w kampaniach.	Analiza dowodów i deklaracji
	Ocena wpływ kampanii na świadomość ekologiczną docelowego odbiorcy.	Analiza dowodów i deklaracji
Wykorzystuje storytelling do komunikacji zaangażowania organizacji w gospodarkę obiegu zamkniętego.	Opracowuje narrację marketingową opartą na rzeczywistych działaniach GOZ.	Analiza dowodów i deklaracji
	Integruje w narracji sukcesy i udział pracowników oraz partnerów biznesowych.	Analiza dowodów i deklaracji
Pozycjonuje markę poprzez autentyczne zaangażowanie w zrównoważony rozwój biznesu.	Opracowuje strategię pozycjonowania oparte na rzeczywistych działaniach proekologicznych.	Analiza dowodów i deklaracji
	Zapewnia transparentność i dokumentuje innowacyjne sposoby zmniejszania wpływu na środowisko.	Analiza dowodów i deklaracji
Segmentuje rynek identyfikując konsumentów zainteresowanych produktami ekologicznymi.	Analizuje wartości i postawy wobec środowiska w profilowaniu segmentów.	Analiza dowodów i deklaracji
	Określa preferencje zakupowe konsumentów zrównoważonych w badaniach behawioralnych.	Analiza dowodów i deklaracji
Komunikuje się jasno i konstruktywnie w zespołach pracujących nad kampaniami zielonymi. Wykazuje zaangażowanie w promowanie wartości ekologicznych w organizacji i komunikacji.	Wyjaśnia koncepcje GOZ i zrównoważonego rozwoju w sposób zrozumiały dla zespołu.	Test teoretyczny
	Słucha aktywnie opinii kolegów dotyczących propozycji zmian ekologicznych.	Test teoretyczny
	Inicjuje dyskusje dotyczące integracji celów zrównoważonego rozwoju w strategii. Wspiera działania proekologiczne i promuje zmianę myślenia w zespole.	Test teoretyczny Test teoretyczny
Ocena i wprowadza usprawnienia w kampaniach marketingowych w kontekście wpływu ekologicznego.	Analizuje wyniki kampanii pod względem zarówno osiągnięć biznesowych jak i ekologicznych.	Test teoretyczny
	Proponuje konkretne działania zmniejszające ślad węglowy kampanii.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Radzi sobie z wyzwaniami i konfliktami w procesie wdrażania marketingu zrównoważonego,	Znajduje rozwiązania równoważące potrzeby biznesu i cele ekologiczne.	Test teoretyczny
	Pozostaje adaptacyjny wobec zmian w oczekiwaniach konsumentów dotyczących GOZ.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 3. Czy dokument jest certyfikatem wydawanym przez międzynarodowe instytucje?

TAK

Strona internetowa Instytucji Certyfikującej: <https://standardgccs.com/qualifications/>

Strona internetowa Instytucji Walidującej: <https://icvc.eu/kwalifikacje-miedzynarodowe/>

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	ICVC CERTYFIKACJA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
Nazwa Podmiotu certyfikującego	TALENT ODYSSEY LTD.

Program

Usługa prowadzi do nabycia kwalifikacji międzynarodowej: **Specjalista ds. marketingu (social media / digital / AI) GCCS-DIG-002**. W ramach szkolenia zapewniono również **walidację efektów uczenia się**, mającą na celu ocenę poziomu osiągnięcia efektów kształcenia.

Efekty uczenia się, kryteria weryfikacji i metody walidacji są zależne od specyfikacji kwalifikacji międzynarodowej i nie podlegają ingerencji ze strony Dostawcy Usługi.

W ramach szkolenia realizujemy wersję GREEN kwalifikacji GCCS - obejmującą zasady zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialności za środowisko i zielonej gospodarki, zgodne z ramami Europejskiego Zielonego Ładu i ESG.

Szkolenie wpisuje się w założenia **Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego 2030**, w szczególności w obszarach inteligentnych specjalizacji regionu:

- **Technologie informacyjno-komunikacyjne (ICT),**
- **Zielona gospodarka.**

Usługa wspiera rozwój kompetencji cyfrowych niezbędnych w nowoczesnej gospodarce, jednocześnie rozwijając zielone kompetencje rozumiane jako umiejętność efektywnego, niskoemisyjnego i etycznego korzystania z narzędzi cyfrowych, w tym sztucznej inteligencji. Program szkolenia odpowiada również na cele **Programu Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego 2019-2030**, poprzez **praktyczne wykorzystanie ICT oraz AI w procesach marketingowych i komunikacyjnych.**

Szkolenie stanowi **odpowiedź na wyzwania transformacji cyfrowej regionu oraz rosnące zapotrzebowanie na kompetencje umożliwiające funkcjonowanie w sektorze zielonej gospodarki**. Przyczynia się do wzrostu konkurencyjności uczestników na rynku pracy oraz wspiera realizację celów strategicznych dokumentów „Śląskie 2030”, RIS WSL 2030 i PRT poprzez przygotowanie do pracy w nowoczesnym, zasobooszczędnym i odpowiedzialnym modelu marketingu cyfrowego.

Przykładowe **perspektywy zawodowe** po ukończeniu szkolenia:

- Specjalista ds. green marketingu prowadzący komunikację marek zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju,
- Specjalista ds. marketingu w organizacjach i firmach wdrażających strategię ESG,
- Specjalista ds. zielonej transformacji cyfrowej.

Szkolenie będzie miało formę głównie warsztatową. Każdy uczestnik będzie pracował przy komputerze oraz na telefonie, na własnym koncie w SM, dla którego będzie tworzyć strategię marketingową. Ćwiczenia z tworzenia rolek realizowane są w grupach. **Forma warsztatowa zapewni realizację celu edukacyjnego usługi.**

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych, tj. 1 godzina lekcyjna = 60 minut.

Uwaga do harmonogramu: **przerwy na lunch są wliczone w czas trwania usługi** i zostały ustalone na godzinę 12:30 - 13:15 - uwzględniono w harmonogramie.

!!! WAŻNE: Szkolenie realizowane jest w terminie 13-14.06.2026 r. Po zakończeniu szkolenia uczestnicy przystępują do egzaminu certyfikującego, który jest organizowany i oceniany przez podmiot zewnętrzny. Czas oczekiwania na wynik walidacji wynosi średnio ok. 5 dni roboczych od dnia przeprowadzenia egzaminu. W związku z tym - według Zał. 2 (2.4) do Regulaminu BUR **termin realizacji usługi został określony w karcie na 13-19.06.2026 r., ponieważ obejmuje:**

- **okres prowadzenia szkolenia (13-14 czerwca)**
- **oraz okres oczekiwania na wynik walidacji (do 19 czerwca).**

Część teoretyczna obejmuje 3,5 godz. zegarowe zajęć, natomiast część praktyczna - 9,5 godz. Pozostały czas trwania usługi to: 2 przerwy (w I oraz II dniu zajęć) po 45 minut oraz 1,5 godziny przeznaczone na kwestie organizacyjne, walidację usługi i egzamin.

PROGRAM:

I DZIEŃ SZKOLENIA [teoria: 2h, praktyka: 5h, przerwa: 45 min, kwestie organizacyjne: 15 min] - 13.06.2026:

08:00 - 08:15 Przywitanie uczestników, omówienie szkolenia, przeprowadzenie pre-testów w celu oceny początkowego poziomu wiedzy uczestników.

08:15 - 10:30 MODUŁ 1: Optymalizacja kont i fundamenty skutecznych i ekologicznych social mediów. Wprowadzenie merytoryczne do zrównoważonego rozwoju.

1. Jak poprawnie skonfigurować konto firmowe na Instagramie i Facebooku?
2. Jak napisać BIO, które przyciąga uwagę i zwiększa konwersję, uwzględniając wartości proekologiczne?
3. Jakie elementy profilu są kluczowe? Rola optymalizacji profilu w ograniczaniu nadprodukcji treści i nieefektywnej komunikacji (zarządzanie zasobami cyfrowymi).
4. Jak zaplanować estetyczny i spójny feed, z ograniczoną ilością nadmiernych grafik? Minimalizm wizualny jako narzędzie zmniejszenia zużycia energii i transferu danych.
5. Wprowadzenie do modelu gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ) w marketingu cyfrowym - różnica między komunikacją sprzedażową a edukacyjną (np. promowanie recyklingu vs jednorazowej konsumpcji).
6. Znaczenie autentyczności marki ekologicznej i transparentności działań (greenwashing vs realne działania).
7. Wpływ komunikacji marketingowej na postawy konsumenckie i decyzje zakupowe w kontekście produktów ekologicznych.

Ćwiczenie uczestników: Audyt własnego profilu z elementami „eko-audytu” (BIO, zdjęcie profilowe, zużycie grafiki).

10:30 - 12:30 MODUŁ II: Algorytmy i formaty treści w eko-perspektywie.

1. Jakie formaty treści dominują (posty, karuzele, Reels, Stories) - wybór formatów treści w kontekście niskoemisyjności.
2. Jak działa algorytm Instagrama i Facebooka i co decyduje o tym, że post „idzie w świat”?
3. Ile „żyje” post i kiedy publikować treści, by nie zwiększać częstotliwości komunikacji?
4. Słowa kluczowe i struktura treści jako element redukcji zbędnego transferu danych.
5. Wstęp do segmentacji odbiorców zainteresowanych tematyką zrównoważonego rozwoju (wartości, postawy, zachowania).

Ćwiczenie wspólne: Analiza przykładów postów z wysokim zasięgiem + wskazanie, które z nich są bardziej „przyjazne środowisku”.

12:30 - 13:15 Przerwa.

13:15 - 16:00 MODUŁ III: Wprowadzenie do AI - ChatGPT w social media i green content.

1. Sztuczna inteligencja jako narzędzie zwiększania efektywności przy jednoczesnym ograniczaniu nadprodukcji treści.
2. Ryzyko greenwashingu w treściach generowanych przez AI - jak go unikać poprzez precyzyjne prompty i weryfikację treści.
3. Zasady odpowiedzialnego promptowania - ryzyka środowiskowe i etyczne związane z niekontrolowanym użyciem AI.
4. AI w tworzeniu treści edukacyjnych i informacyjnych promujących zrównoważony rozwój.

Ćwiczenie uczestników: Generowanie opisów postów z pomocą AI - w tym wpisów podkreślających wartości ekologiczne.

II DZIEŃ SZKOLENIA [teoria: 1,5h, praktyka: 4,5h, przerwa: 45 min, kwestie organizacyjne: 25 min, walidacja i egzamin: 50 min] - 14.06.2026:

08:00 - 08:15 Przywitanie uczestników, krótkie przypomnienie materiału z poprzedniego dnia, rozwiązanie ewentualnych trudności na aktualnym etapie szkolenia.

08:15 - 10:30 MODUŁ IV: Tworzenie angażujących i ekologicznych treści - praktyka.

1. Rolki od teorii do praktyki - jak je wykorzystać do edukacji, inspiracji i budowania społeczności? Short-form video jako energooszczędna forma komunikacji cyfrowej i jej wykorzystanie do edukowania odbiorców w zakresie ekologii i odpowiedzialnej konsumpcji.
2. Co to jest hook i jak może odwoływać się do wartości ekologicznych?
3. Struktura skutecznej rolki: Hook → Wartość → CTA.
4. Analiza przykładów rolek: które treści budują świadomość ekologiczną. Rola marketingu w kształtowaniu postaw proekologicznych i odpowiedzialnych decyzji konsumentów.

Ćwiczenie w grupach: Nagranie krótkiej rolki + montaż w CapCut (napisy, muzyka, kompresja pliku).

10:30 - 12:30 MODUŁ V: Zasięg organiczny vs płatny i reklama w social media z eko-perspektywą.

1. Zasięg organiczny - jak go zwiększyć, dbając o minimalizowanie liczby niepotrzebnych komunikatów?
2. Zasięg płatny - podstawy reklamy na Facebooku i Instagramie.
3. Jak tworzyć grupy odbiorców zainteresowanych treściami ekologicznymi?
4. Jak ustawić pierwsze kampanie reklamowe krok po kroku.
5. Wprowadzenie do mierzenia efektywności kampanii marketingowych w kontekście wpływu środowiskowego (np. ograniczenie emisji poprzez optymalizację działań digitalowych).
6. Analiza skuteczności kampanii w oparciu o wskaźniki jakościowe (zaangażowanie, świadomość) oraz ilościowe (zasięg, konwersja).

Ćwiczenie: Zaplanowanie grupy odbiorców kampanii proekologicznej (cel, targetowanie, budżet).

12:30 - 13:15 Przerwa.

13:15 - 15:00 MODUŁ VI: Trendy, UGC i współpraca z influencerami w duchu green marketingu.

1. Kim są twórcy UGC? Współpraca z UGC jako alternatywa dla energochłonnej produkcji reklamowych.
2. Jakie formaty reklamowe są najbardziej efektywne i najmniej obciążające środowisko?
3. Konkursy w social media - jak organizować je legalnie, a także w duchu ekologii (np. nagrody zero-waste)?

Ćwiczenie wspólne: Analiza przykładów współprac marek z influencerami.

15:00 - 15:15 Podsumowanie szkolenia, sesja pytań, przeprowadzenie post-testów.

15:15 - 16:00 Walidacja (analiza dowodów i deklaracji) i egzamin - test teoretyczny online.

***UWAGI DOTYCZĄCE WALIDACJI:**

Walidacja **przeprowadzana jest w formie ZDALNEJ** [forma zdalna dotyczy tylko i wyłącznie instytucji walidującej i certyfikującej - uczestnicy wypełniają test i realizują ćwiczenia, będąc na sali szkoleniowej] - i podzielona jest na 2 etapy:

- walidację **części praktycznej:** uczestnicy podczas szkolenia wykonują ćwiczenia, gromadząc tym samym dowody pracy własnej i nabycia efektów uczenia się prowadzących do zdobycia umiejętności, pod koniec szkolenia zostają one przesłane do weryfikacji przez instytucję zewnętrzną (analiza dowodów i deklaracji).
- walidację **części teoretycznej:** uczestnicy pod koniec szkolenia wypełniają elektroniczny test teoretyczny, który zostaje przygotowany i przesłany przez instytucję zewnętrzną, na podstawie efektów uczenia się określonych w zakresie kwalifikacji (test teoretyczny online).

Wszystkie narzędzia używane podczas szkolenia działają w przeglądarce (rekomendujemy Google Chrome) - nie jest wymagana instalacja dodatkowego oprogramowania. Specyfikacja sprzętowa: dowolny laptop z minimum 4 GB RAM, procesorem klasy np. Intel Core i3 (lub nowszym) oraz sprawną kartą Wi-Fi.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 12

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 12 Przywitanie uczestników, omówienie szkolenia, przeprowadzenie pre-testów w celu oceny początkowego poziomu wiedzy uczestników.	Agnieszka Trawińska	13-06-2026	08:00	08:15	00:15
2 z 12 MODUŁ 1: Optymalizacja kont i fundamenty skutecznych i ekologicznych social mediów. Wprowadzenie merytoryczne do zrównoważonego rozwoju.	Agnieszka Trawińska	13-06-2026	08:15	10:30	02:15
3 z 12 MODUŁ II: Algorytmy i formaty treści w eko-perspektywie.	Agnieszka Trawińska	13-06-2026	10:30	12:30	02:00
4 z 12 Przerwa.	Agnieszka Trawińska	13-06-2026	12:30	13:15	00:45
5 z 12 MODUŁ III: Wprowadzenie do AI - ChatGPT w social media i green content.	Agnieszka Trawińska	13-06-2026	13:15	16:00	02:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 12 Przywitanie uczestników, krótkie przypomnienie materiału z poprzedniego dnia, rozwiązanie ewentualnych trudności na aktualnym etapie szkolenia.	Agnieszka Trawińska	14-06-2026	08:00	08:15	00:15
7 z 12 MODUŁ IV: Tworzenie angażujących i ekologicznych treści - praktyka.	Agnieszka Trawińska	14-06-2026	08:15	10:30	02:15
8 z 12 MODUŁ V: Zasięg organiczny vs płatny i reklama w social media z eko-perspektywą.	Agnieszka Trawińska	14-06-2026	10:30	12:30	02:00
9 z 12 Przerwa.	Agnieszka Trawińska	14-06-2026	12:30	13:15	00:45
10 z 12 MODUŁ VI: Trendy, UGC i współpraca z influencerami w duchu green marketingu.	Agnieszka Trawińska	14-06-2026	13:15	15:00	01:45
11 z 12 Podsumowanie szkolenia, sesja pytań, przeprowadzenie post-testów.	Agnieszka Trawińska	14-06-2026	15:00	15:15	00:15
12 z 12 Walidacja (analiza dowodów i deklaracji) i egzamin - test teoretyczny online.	-	14-06-2026	15:15	16:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 081,12 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 944,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	380,07 PLN
Koszt osobogodziny netto	309,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	150,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	121,95 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	200,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	162,60 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Agnieszka Trawińska

Ekspertka ds. social media i strategii marketingowej. Social media managerka z ponad 6-letnim doświadczeniem w branży, specjalizująca się w kompleksowej obsłudze mediów społecznościowych dla marek. Absolwentka Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej (2016) na Uniwersytecie Ekonomicznym, swoją karierę rozpoczęła jako specjalistka ds. marketingu w multiagencji ubezpieczeniowej, a od 2019 roku prowadzi własną działalność, wspierając firmy w budowaniu skutecznej i odpowiedzialnej komunikacji w social mediach.

W swojej codziennej pracy zajmuje się strategią marketingową, tworzeniem angażujących treści (fotografia, wideo, grafika), prowadzeniem kampanii reklamowych (Meta Ads) oraz budowaniem autentycznego wizerunku marek, w duchu zrównoważonego rozwoju.

Jako twórczyni kulinarne Instagrama @aga.trawinska oraz bohaterka reportażu w „Dzień Dobry TVN” posiada unikalne doświadczenie w tworzeniu contentu, który łączy storytelling z autentycznością.

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat lub kwalifikacje nabyte nie wcześniej niż 5 lat - przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi: m.in.: Facebook and Instagram PRO (SMN, 2023), Instagram & TikTok 2025 (2025), Specjalista ds. social

media (2025), Climate Change: From Learning to Action (UN-CC Learn, 2025), How to prevent e-waste? (UN-CC Learn, 2025).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy Uczestnik otrzyma **konspekt z materiałami w wersji drukowanej**, który zdecydowanie ułatwia pracę podczas szkolenia, a także posłuży utrwaleniu wiadomości po odbytych szkoleniach. Zapewniamy także notesy i długopisy. Dla chętnych udostępniamy również konspekt w wersji cyfrowej.

Informacje dodatkowe

Kontakt do osoby prowadzącej usługę: agnieszka.trawinska@simply.edu.pl

Uprzejmie prosimy uczestników **o zabranie ze sobą telefonu (na którym Uczestnik prowadzi social media), laptopa** oraz, w miarę możliwości, myszki komputerowej (która może okazać się przydatna podczas szkolenia). W przypadku braku dostępu do wymienionego sprzętu lub niemożności jego zabrania na szkolenie, **prosimy o wcześniejsze poinformowanie Dostawcy Usługi - zapewnimy sprzęt.**

Możliwość zwolnienia z VAT na podstawie: Dz.U. 2013 poz. 1722 (Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień) §3, ust. 1, pkt 14.

Adres

ul. Henryka Jordana 18
40-043 Katowice
woj. śląskie

Centrum Konferencyjne "Jordana18", budynek Instytutu/Wydziału Nauk Teologicznych Uniwersytetu Śląskiego.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Maria Szymak

E-mail maria.szymak@simply.edu.pl

Telefon (+48) 721 324 130