



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

364 oceny

Unico Design: Social media marketing w hotelarstwie. Szkolenie z budowania strategii, contentu i lejków sprzedaży direct booking

Numer usługi 2026/02/13/160223/3333605

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 33 h

📅 27.03.2026 do 31.03.2026

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

151,52 PLN brutto/h

151,52 PLN netto/h

187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do właścicieli i menedżerów obiektów noclegowych, hoteli, apartamentów oraz najmu krótkoterminowego, którzy odpowiadają za marketing i sprzedaż usług noclegowych. Uczestnikami mogą być również osoby zarządzające profilami social media w branży hotelarskiej, specjaliści marketingu oraz przedsiębiorcy rozwijający markę osobistą w sektorze HoReCa. Usługa dedykowana jest osobom aktywnym zawodowo, które chcą zwiększyć liczbę rezerwacji bezpośrednich, uporządkować działania komunikacyjne oraz wdrożyć systemowe rozwiązania wspierające sprzedaż i relacje z Gośćmi.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	26-03-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	33
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

Usługa szkoleniowa przygotowuje uczestników do samodzielnego i skutecznego planowania oraz realizowania działań marketingowych w social media dla obiektów noclegowych. Szkolenie prowadzi do tworzenia strategii komunikacji, segmentacji Gości, budowania oferty wspierającej direct booking, projektowania treści organicznych i kampanii reklamowych w ekosystemie Meta oraz wdrażania automatyzacji i lejków sprzedażowych zwiększających obłożenie i rentowność obiektu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje strategię komunikacji social media dla obiektu noclegowego.	– definiuje grupy docelowe wraz z ich potrzebami i barierami decyzyjnymi	Wywiad ustrukturyzowany
	– tworzy szkic strategii działań organicznych dopasowanej do celu biznesowego	Analiza dowodów i deklaracji
	– określa elementy wspierające direct booking mindset	Wywiad ustrukturyzowany
Tworzy spójny plan contentowy wspierający sprzedaż usług noclegowych.	– dobiera formaty treści (Reels, Stories, posty sprzedażowe) do celu komunikacyjnego	Analiza dowodów i deklaracji
	– projektuje przykładowe komunikaty sprzedażowe	Analiza dowodów i deklaracji
	– przygotowuje shotlistę i plan „content day”	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje proces komunikacji z Gościem od zapytania do opinii.	– opracowuje schemat ścieżki Gościa	Analiza dowodów i deklaracji
	– tworzy przykładowe skrypty sprzedażowe (DM/telefon/email)	Analiza dowodów i deklaracji
	– wskazuje dokumenty i materiały wspierające utrzymanie relacji z Gościem	Wywiad ustrukturyzowany
Projektuje lejek reklamowy w ekosystemie Meta wspierający zwiększenie obłożenia.	– omawia strukturę lejka reklamowego	Wywiad ustrukturyzowany
	– dobiera rodzaje kampanii do celu sprzedażowego	Wywiad ustrukturyzowany
	– określa kluczowe KPI kampanii	Wywiad ustrukturyzowany

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: Fundamenty – strategia, profil, oferta i „direct booking mindset” (27 marca)

Moduł 1 – Dlaczego social media w hotelarstwie (teoria) | 09:00–09:30

- rola social media w zwiększaniu obłożenia
- wpływ komunikacji online na decyzje rezerwacyjne
- znaczenie direct booking mindset

Moduł 2 – Grupa docelowa (teoria) | 09:30–10:30

- definiowanie grupy docelowej w hotelarstwie
- analiza potrzeb i motywacji Gości
- dopasowanie komunikacji do segmentu

Moduł 3 – Przerwa | 10:30–10:45

Moduł 4 – Segmentacja Gości + potrzeby i bariery decyzji (teoria) | 10:45–12:00

- segmentacja Gości według celu pobytu
- identyfikacja potrzeb i barier zakupowych
- dopasowanie komunikatów sprzedażowych

Moduł 5 – Przerwa | 12:00–12:30

Moduł 6 – Skuteczny profil na Instagramie i Facebooku (teoria) | 12:30–13:45

- elementy profilu wspierające sprzedaż
- bio, wyróżnione relacje, CTA
- spójność wizualna i komunikacyjna

Moduł 7 – Przerwa | 13:45–14:00

Moduł 8 – Audyt profili uczestników szkolenia (praktyka) | 14:00–15:00

- analiza aktualnych profili
- identyfikacja obszarów do poprawy
- rekomendacje zmian

Dzień 2: Strategia organiczna – content, Reels, Stories i społeczność (28 marca)

Moduł 1 – Skąd czerpać pomysły na treści (teoria) | 09:00–09:20

- źródła inspiracji contentowych
- analiza potrzeb odbiorców

- wykorzystanie sezonowości

Moduł 2 – Rodzaje treści + przykłady (teoria) | 09:20–10:30

- treści sprzedażowe, wizerunkowe i edukacyjne
- przykłady skutecznych publikacji
- dopasowanie formatu do celu

Moduł 3 – Przerwa | 10:30–10:45

Moduł 4 – Modele językowe w copywritingu + AI do tworzenia treści (teoria) | 10:45–12:00

- struktury komunikatów sprzedażowych
- wykorzystanie AI w tworzeniu treści
- personalizacja przekazu

Moduł 5 – Przerwa | 12:00–12:30

Moduł 6 – Strategia działań organicznych (teoria) | 12:30–13:30

- planowanie działań organicznych
- budowanie zaangażowania społeczności
- harmonogram publikacji

Moduł 7 – Przerwa | 13:30–13:45

Moduł 8 – Warsztat: 30-dniowy plan organiczny (praktyka) | 13:45–15:00

- opracowanie planu publikacji
- dobór formatów i tematów
- struktura planu miesięcznego

Dzień 3: Komunikacja z Gościem – od zapytania do opinii + dokumenty i materiały (29 marca)

Moduł 1 – Ścieżka Gościa (teoria) | 09:00–09:30

- etapy kontaktu z Gościem
- punkty styku z marką
- momenty decyzyjne

Moduł 2 – Skrypty sprzedażowe i obsługowe: DM/telefon/email (praktyka) | 09:30–10:30

- struktura rozmowy sprzedażowej
- komunikacja w wiadomościach prywatnych
- odpowiedzi na obiekcje

Moduł 3 – Przerwa | 10:30–10:45

Moduł 4 – Wdrożenie automatyzacji do obsługi obserwujących (praktyka) | 10:45–12:00

- automatyczne odpowiedzi
- scenariusze komunikacji
- organizacja procesu obsługi

Moduł 5 – Przerwa | 12:00–12:30

Moduł 6 – Oferta, która sprzedaje (teoria) | 12:30–13:30

- elementy oferty zwiększające konwersję
- komunikowanie wartości
- struktura oferty

Moduł 7 – Przerwa | 13:30–13:45

Moduł 8 – Omówienie dokumentów niezbędnych do utrzymania relacji z Gościem (teoria) | 13:45–15:00

- dokumenty przedsprzedażowe
- materiały posprzedażowe
- elementy budujące lojalność

Dzień 4: Homestaging + content, który sprzedaje (30 marca)

Moduł 1 – Co na zdjęciu sprzedaje pobyt (a co obniża wartość) (teoria) | 09:00–09:30

- elementy podnoszące wartość wizualną
- błędy obniżające postrzeganą jakość
- wpływ detali na decyzję rezerwacyjną

Moduł 2 – Checklista homestagingu (praktyka) | 09:30–10:30

- pokój i łazienka
- strefy wspólne i śniadania
- quick wins

Moduł 3 – Przerwa | 10:30–10:45

Moduł 4 – Stylizacja pod IG: światło, detale, sezonowość, spójność marki (praktyka) | 10:45–12:00

- praca ze światłem
- sezonowość w komunikacji
- spójność wizualna

Moduł 5 – Przerwa | 12:00–12:30

Moduł 6 – “Content day”: jak w 3h nagrać materiał na 30 dni (praktyka) | 12:30–13:30

- planowanie nagrań
- organizacja pracy
- optymalizacja czasu

Moduł 7 – Przerwa | 13:30–13:45

Moduł 8 – Warsztat: shotlista + lista zakupów + plan zmian (praktyka) | 13:45–15:00

- opracowanie shotlisty
- lista zakupów
- plan zmian: 1 dzień / 1 tydzień / 1 miesiąc

Dzień 5: Ekosystem META – Business Suite, reklamy, ManyChat + lejek i KPI (31 marca)

Moduł 1 – META Business Suite (teoria) | 09:00–09:30

- konfiguracja narzędzia
- przegląd funkcjonalności
- zarządzanie kontami

Moduł 2 – Lejek reklamowy (teoria) | 09:30–10:30

- struktura lejka
- etapy kampanii
- dopasowanie komunikatów

Moduł 3 – Przerwa | 10:30–10:45

Moduł 4 – Rodzaje kampanii reklamowych w Meta Ads (teoria) | 10:45–12:00

- cele kampanii
- dobór formatu reklam
- optymalizacja budżetu

Moduł 5 – Analiza reklam (praktyka) | 12:00–12:45

- interpretacja wyników
- identyfikacja KPI
- wnioski optymalizacyjne

Moduł 6 – Przerwa | 12:45–13:00

Moduł 7 – Wizytówka Google (teoria) | 13:00–14:30

- optymalizacja wizytówki
- wpływ opinii na sprzedaż
- elementy wspierające widoczność

Moduł 8 – Walidacja efektów uczenia się (walidacja) | 15:00–15:45

- analiza dowodów
- wywiad ustrukturyzowany

- Szkolenie prowadzone jest w grupach od 3 do 6 osób.
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 33 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.
- Zajęcia praktyczne: 15 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 18 godzin dydaktycznych .
- Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.
- Część online odbywa się w czasie rzeczywistym zgodnie ze Standardem Usług Zdalnego Uczenia się (SUZ).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 40

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 40 Dzień 1. Dlaczego social media w hotelarstwie (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	27-03-2026	09:00	09:30	00:30
2 z 40 Dzień 1. Grupa docelowa (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	27-03-2026	09:30	10:30	01:00
3 z 40 Dzień 1. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	27-03-2026	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 40 Dzień 1. Segmentacja Gości + potrzeby i bariery decyzji (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	27-03-2026	10:45	12:00	01:15
5 z 40 Dzień 1. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	27-03-2026	12:00	12:30	00:30
6 z 40 Dzień 1. Skuteczny profil na Instagramie i Facebooku (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	27-03-2026	12:30	13:45	01:15
7 z 40 Dzień 1. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	27-03-2026	13:45	14:00	00:15
8 z 40 Dzień 1. Audyt profili uczestników szkolenia (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	27-03-2026	14:00	15:00	01:00
9 z 40 Dzień 2. Skąd czerpać pomysły na treści (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	28-03-2026	09:00	09:20	00:20
10 z 40 Dzień 2. Rodzaje treści + przykłady (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	28-03-2026	09:20	10:30	01:10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 40 Dzień 2. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	28-03-2026	10:30	10:45	00:15
12 z 40 Dzień 2. Modele językowe w copywritingu + AI do tworzenia treści (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	28-03-2026	10:45	12:00	01:15
13 z 40 Dzień 2. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	28-03-2026	12:00	12:30	00:30
14 z 40 Dzień 2. Strategia działań organicznych (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	28-03-2026	12:30	13:30	01:00
15 z 40 Dzień 2. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	28-03-2026	13:30	13:45	00:15
16 z 40 Dzień 2. Warsztat: 30-dniowy plan organiczny (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	28-03-2026	13:45	15:00	01:15
17 z 40 Dzień 3. Ścieżka Gościa (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	29-03-2026	09:00	09:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 40 Dzień 3. Skrypty sprzedażowe i obsługowe: DM/telefon/emai l (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	29-03-2026	09:30	10:30	01:00
19 z 40 Dzień 3. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	29-03-2026	10:30	10:45	00:15
20 z 40 Dzień 3. Wdrożenie automatyzacji do obsługi obserwujących (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	29-03-2026	10:45	12:00	01:15
21 z 40 Dzień 3. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	29-03-2026	12:00	12:30	00:30
22 z 40 Dzień 3. Oferta, która sprzedaje (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	29-03-2026	12:30	13:30	01:00
23 z 40 Dzień 3. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	29-03-2026	13:30	13:45	00:15
24 z 40 Dzień 3. Omówienie dokumentów niezbędnych do utrzymania relacji z Gościem (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	29-03-2026	13:45	15:00	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 40 Dzień 4. Co na zdjęciu sprzedaje pobyt (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewelina Matyjasik-Lewandowska	30-03-2026	09:00	09:30	00:30
26 z 40 Dzień 4. Checklista homestagingu (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewelina Matyjasik-Lewandowska	30-03-2026	09:30	10:30	01:00
27 z 40 Dzień 4. Przerwa	Ewelina Matyjasik-Lewandowska	30-03-2026	10:30	10:45	00:15
28 z 40 Dzień 4. Stylizacja pod IG (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewelina Matyjasik-Lewandowska	30-03-2026	10:45	12:00	01:15
29 z 40 Dzień 4. Przerwa	Ewelina Matyjasik-Lewandowska	30-03-2026	12:00	12:30	00:30
30 z 40 Dzień 4. Content day – nagranie materiału (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewelina Matyjasik-Lewandowska	30-03-2026	12:30	13:30	01:00
31 z 40 Dzień 4. Przerwa	Ewelina Matyjasik-Lewandowska	30-03-2026	13:30	13:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
32 z 40 Dzień 4. Warsztat: shotlista + plan zmian (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewelina Matyjasik-Lewandowska	30-03-2026	13:45	15:00	01:15
33 z 40 Dzień 5. META Business Suite (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	31-03-2026	09:00	09:30	00:30
34 z 40 Dzień 5. Lejek reklamowy (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	31-03-2026	09:30	10:30	01:00
35 z 40 Dzień 5. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	31-03-2026	10:30	10:45	00:15
36 z 40 Dzień 5. Rodzaje kampanii reklamowych w Meta Ads (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	31-03-2026	10:45	12:00	01:15
37 z 40 Dzień 5. Analiza reklam (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	31-03-2026	12:00	12:45	00:45
38 z 40 Dzień 5. Przerwa	KAROLINA BANAŚ	31-03-2026	12:45	13:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
39 z 40 Dzień 5. Wizytówka Google (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	KAROLINA BANAŚ	31-03-2026	13:00	14:30	01:30
40 z 40 Walidacja efektów uczenia się Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	-	31-03-2026	14:30	15:15	00:45

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	151,52 PLN
Koszt osobogodziny netto	151,52 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2

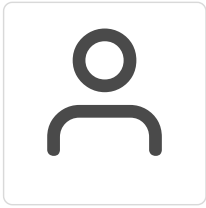


1 z 2

Ewelina Matyjasik-Lewandowska

Nagradzana home stagerka, projektantka i stylistka wnętrz, inwestorka oraz pośredniczka w obrocie nieruchomościami. Zrealizowała ponad 250 projektów home stagingu i stylizacji wnętrz, dzięki którym nieruchomości jej klientów sprzedawały się nawet po pierwszej prezentacji, a zyski wzrastały o dziesiątki, a nawet setki tysięcy złotych. Członkini Europejskiego Stowarzyszenia Profesjonalnych Home Stagerów (EAHSP) i Ambasador Stowarzyszenia Mieszkaniczy. Laureatka międzynarodowych nagród IAHSPP Best of Home Staging w kategoriach Staging Excellence, Client Care Excellence i Industry Leadership. W ciągu ostatnich 5 lat jako trenerka i mentorka zrealizowała ponad 500 godzin szkoleniowych i warsztatowych z zakresu home stagingu, stylizacji wnętrz i

sprzedaży nieruchomości. Prowadzi praktyczne warsztaty, mentoringi i występuje jako prelegentka podczas wydarzeń branżowych, takich jak 4 Design Days i Kongres Mieszkaniczków.



2 z 2

KAROLINA BANAŚ

Trener, konsultant marketingowy i mentor w branży HoReCa oraz sektorze najmu krótkoterminowego. Specjalizuje się w zwiększaniu rentowności obiektów noclegowych poprzez wdrażanie strategii marketingowych opartych na danych, realnych potrzebach rynku oraz budowaniu skutecznych procesów sprzedażowych.

W ciągu ostatnich 5 lat zrealizowała dziesiątki projektów doradczych i szkoleniowych dla właścicieli oraz menedżerów obiektów noclegowych, wspierając ich w zwiększaniu liczby rezerwacji bezpośrednich, optymalizacji działań marketingowych oraz budowaniu stabilnych modeli biznesowych. Posiada doświadczenie jako inwestor i zarządca nieruchomości, co pozwala jej łączyć perspektywę operacyjną z podejściem strategicznym.

Prowadzi szkolenia indywidualne dla osób rozpoczynających działalność w branży najmu krótkoterminowego oraz mentoringi i mastermindy dla właścicieli i menedżerów obiektów noclegowych. Wspiera przedsiębiorców w budowaniu rozpoznawalności marki, zwiększaniu zysków oraz podnoszeniu poziomu satysfakcji Gości.

Laureatka nagrody Stowarzyszenia Branży Nieruchomości Mieszkaniczków (2024) w kategorii Innowacje za autorski proces pozyskiwania rezerwacji oparty na strategii i analizie danych. W 2025 roku wyróżniona tytułem Diament Tygrysów Biznesu za realny wpływ na podnoszenie standardów branży oraz tworzenie rozwiązań wspierających długofalowy rozwój organizacji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej i/lub elektronicznej, zawierających omówienie realizowanych modułów, najważniejsze zagadnienia merytoryczne oraz treści pomocnicze wspierające proces uczenia się i praktyczne wykorzystanie wiedzy po zakończeniu szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Uczestnik szkolenia powinien posiadać:

- podstawowe umiejętności obsługi komputera i smartfona,
- dostęp do poczty e-mail oraz możliwość pracy w przeglądarce internetowej,
- własny laptop lub tablet (zalecane) do pracy w programie Canva,
- konto w aplikacji Canva (bezpłatne),

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku: Zwolnienie z podatku VAT na podstawie § 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

Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa

- Platforma Zoom (<https://zoom.us/>)

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji

- Komputer, laptop lub tablet z dostępem do internetu.
- Procesor: Minimalnie jednordzeniowy 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy (np. Intel i3/i5/i7 lub AMD ekwiwalent).
- Pamięć RAM: Minimalnie 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik

- Minimalna prędkość łącza: 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p.

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

- System operacyjny: Windows 7 lub nowszy, macOS 10.10 lub nowszy, Linux, iOS, Android.
- Zainstalowana aktualna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera.
- Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania, ale dostęp do aplikacji Zoom może poprawić jakość połączenia.

Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online

- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

Zalecane parametry łącza internetowego

- Łącze internetowe o minimalnej przepustowości 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Dla grupowych połączeń wideo zalecane 1,0 Mb/s dla wideo wysokiej jakości i do 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Udostępnianie ekranu bez miniaturki wideo wymaga 50–75 kb/s, z miniaturką 50–150 kb/s. Audio VoIP: 60–80 kb/s, Zoom Phone: 60–100 kb/s.

Kontakt



MONIKA LISSER

E-mail m.lisser@unico-szkolenia.pl

Telefon (+48) 607 711 681