



Szkolenie: Strategiczny Konsultant sprzedaży – zrównoważony rozwój.

Numer usługi 2026/02/20/156369/3348733

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

208,33 PLN brutto/h

208,33 PLN netto/h

169,00 PLN cena rynkowa ⓘ

SCIENCE
SZKOLENIA I
DORADZTWO
Grzegorz Kawa

★★★★★ 5,0 / 5

105 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

👤 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 08.05.2026 do 10.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest dedykowane osobom rozwijającym się w sprzedaży B2B i B2C oraz specjalistom z działów obsługi klienta i marketingu. Uczestnicy wzmocnią kompetencje sprzedażowe, negocjacyjne i doradcze oraz nauczą się skutecznie wykorzystywać nowoczesne narzędzia cyfrowe w całym procesie sprzedaży. Program akcentuje zielone kompetencje (ESG, tworzenie oferty niskoemisyjnej, doradztwo proekologiczne) oraz kompetencje cyfrowe (CRM, automatyzacja marketingu, analityka danych, AI, social selling).

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

07-05-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

24

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 wyposaża uczestników w wiedzę i praktyczne umiejętności do kompleksowego prowadzenia procesu sprzedaży: od pozyskania leadów, przez diagnozę potrzeb, prezentację i negocjacje, po domknięcie transakcji i rozwój długotrwałych relacji – z naciskiem na etykę, nowoczesne narzędzia cyfrowe, skuteczną komunikację oraz zielone kompetencje.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik precyzuje zakres ról i odpowiedzialności konsultanta sprzedaży w organizacji.</p> <p>Uczestnik demonstruje etyczne, przejrzyste zachowania w kontakcie z klientem.</p>	<p>Uczestnik wylicza kluczowe zadania stanowiska i uzasadnia ich wpływ na kolejne etapy lejka sprzedaży.</p> <p>Uczestnik podaje trafne przykłady praktyk zgodnych z etyką i wyjaśnia, jak budują zaufanie oraz wiarygodność sprzedawcy.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik porządkuje i omawia pełny cykl sprzedaży w prawidłowej sekwencji.</p>	<p>Uczestnik prawidłowo przyporządkowuje opisywane sytuacje do odpowiednich faz procesu sprzedaży.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Uczestnik stosuje pytania otwarte i pogłębiające w rozmowie diagnostycznej.</p>	<p>Uczestnik w symulacji zadaje adekwatne, nienaprowadzające pytania i reaguje na odpowiedzi klienta.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik buduje i utrzymuje relacje partnerskie oparte na lojalności i obopólnych korzyściach.</p>	<p>Uczestnik przedstawia plan rytmu kontaktu po sprzedaży (follow-up, success check, NPS) adekwatny do kontekstu.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik projektuje prezentację oferty w języku korzyści z wykorzystaniem storytellingu i USP.</p>	<p>Uczestnik przygotowuje i przedstawia zwięzłą prezentację opartą na USP oraz historii klienta.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik dobiera i stosuje techniki finalizacji oraz profesjonalnie adresuje obiekcje.</p>	<p>Uczestnik w symulacji wybiera właściwą technikę zamknięcia do kontekstu i odpowiada na obiekcje (np. model ACK/LAER).</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik prowadzi negocjacje, świadomie dobierając style i strategie.</p>	<p>Uczestnik realizuje scenariusz negocjacyjny, unikając typowych błędów (np. ustępstw bez warunków, niekorzystnego kotwiczenia).</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Uczestnik efektywnie korzysta z CRM: wprowadza dane, planuje aktywności i generuje raport.</p> <p>Uczestnik adaptuje prezentację oferty do segmentu klienta (B2C/instytucja/korporacja).</p>	<p>Uczestnik w systemie CRM zakłada rekordy, planuje kontakty i tworzy raport sprzedażowy.</p> <p>Uczestnik przedstawia trzy warianty tej samej oferty: dla klienta indywidualnego, instytucjonalnego i korporacyjnego.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik identyfikuje kluczowe zapisy umowy sprzedaży oraz podstawowe wymogi ochrony danych.	Uczestnik analizuje dokument i objaśnia obowiązki sprzedawcy wobec klienta.	Test teoretyczny
Uczestnik przygotowuje komplet dokumentów sprzedażowych zgodnie z wymogami formalnymi.	Uczestnik tworzy poprawne: ofertę, zamówienie i fakturę, zapewniając spójność danych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik rozróżnia greenwashing od rzetelnych twierdzeń i buduje argumenty środowiskowe/usługowe oparte na danych.	Uczestnik identyfikuje „czerwone flagi” (brak źródeł, zawężony zakres); przedstawia argumenty z metrykami i źródłami; jasno określa założenia i granice danych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik konstruuje zestaw pytań pogłębiających o wpływ środowiskowy i zgodność (compliance).	Uczestnik opracowuje listę pytań, porządkuje je w logiczną sekwencję i dostosowuje język do roli odbiorcy (techniczny/zarządczy).	Test teoretyczny
Uczestnik przekłada efekty środowiskowe na wskaźniki biznesowe (TCO/ROI) i przygotowuje odpowiedzi na „zielone” obiekcje.	Uczestnik wykonuje kalkulację TCO/ROI z jawnymi założeniami; prezentuje dwa scenariusze z ryzykami; formułuje gotowe odpowiedzi na typowe obiekcje.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik tworzy slajdy z mierzalnymi KPI wpływu i dopasowuje narrację do interesariuszy (finanse/operacje/ESG).	Uczestnik przygotowuje 1–3 slajdy z KPI wg SMART; opracowuje trzy warianty komunikatu (finanse/operacje/ESG); zapewnia spójność liczb i odwołań do źródeł.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik identyfikuje ryzyka prawne i reputacyjne green claims oraz dobiera właściwe dowody do ofert.	Uczestnik wskazuje ryzyka prawne/reputacyjne; mapuje każdy claim na dowód (LCA/certyfikat/raport); formułuje klauzule ograniczeń i okres ważności.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z

zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Moduł 1 – Tożsamość roli doradczej (mindset i etyka)

- **Zakres odpowiedzialności konsultanta** w całym lejku sprzedażowym – od diagnozy po utrzymanie klienta.
- **Doradca biznesowy vs. sprzedawca:** przejście z „feature selling” na **problem–solution–impact**.
- **Profesjonalna postawa:** etyka, transparentność, spójność obietnic i dowodów.
- **Wizerunek i komunikacja:** ton marki, spójność offline/online.
- **Rola sprzedaży w transformacji niskoemisyjnej klienta** – sprzedaż rozwiązań **efektywnych zasobowo**.
- **Green claims bez greenwashingu:** granice, rzetelne sformułowania, ślady dowodowe.
- **Myślenie cyklu życia (LCA)** w rozmowach handlowych – jak upraszczać złożone treści dla decydentów.
- **Netiquette i brand persona online** (LinkedIn, e-mail, wideo).
- **AI-copilots w pracy doradcy:** research, szkice ofert, streszczenia rozmów; **RODO-by-design** (minimalizacja danych, anonimizacja).

Moduł 2 – Proces sprzedaży i relacje z klientem

- **Architektura procesu:** prospecting → kwalifikacja → diagnoza → prezentacja → decyzja → wdrożenie → follow-up.
- **Techniki pozyskiwania:** B2B/B2C, hybrydowo (offline/online), networking, rekomendacje.
- **Analiza potrzeb:** pytania otwarte i pogłębiające; mapowanie **DMU** i interesariuszy.
- **Budowanie partnerskiej relacji:** zaufanie, współodpowiedzialność za wynik.
- **Follow-up i utrzymanie:** rytm kontaktów, momenty prawdy po sprzedaży.
- **Kwalifikacja leadów pod kątem dojrzałości ESG** i potencjału redukcji wpływu.
- **Pytania diagnostyczne** o efektywność zasobową, **TCO/TVO**, ryzyka regulacyjne (bez doradztwa prawnego).
- **Social Selling (SSI)**, prospecting online, enrichment danych.
- **Projektowanie sekwencji follow-up** (e-mail/SMS/LinkedIn) w CRM/Marketing Automation.

Moduł 3 – Techniki sprzedaży i negocjacji oparte na wartości

- **Prezentacja wartości:** USP → value selling → **storytelling oparty na danych**.
- **Techniki zamykania:** alternative choice, assumptive close, trial close – kiedy i jak.
- **Obiekcje:** identyfikacja przyczyny, ramy odpowiedzi, „za drogo” ≠ „nie widzę wartości”.
- **Psychologia decyzji:** heurystyki, ryzyko postrzegane vs. realne, emo-ratio pitch.
- **Negocjacje:** style, BATNA, typowe błędy; przygotowanie „pakietów wartości”.
- **Wycena w TCO/TVO:** energia, serwis, odpady, ryzyka operacyjne.
- **Obrona ceny przez „wartość wpływu”** (CO₂e, woda, odpady → **niższe koszty/ryzyka**).
- **Strategie win-win** uwzględniające zobowiązania ESG klienta.
- **Conversation intelligence:** nagrywanie, transkrypcje, tagowanie obiekcji i insightów.
- **Ćwiczenie:** „assumptive close” z obiekcją „za drogo” – **kontra TCO/TVO**.

Moduł 4 – Cyfrowy warsztat konsultanta

- **CRM w praktyce:** higiena danych, raportowanie, planowanie kontaktów.
- **Automatyzacja:** sekwencje mailowe, przypomnienia, taski, reguły kwalifikacji.
- **Tworzenie ofert i wycen:** Word/Excel/CPQ; kontrola wersji, biblioteka szablonów.
- **Analityka sprzedaży:** KPI (lead volume, konwersje, długość cyklu, wygrane/przegrane).
- **Integracja CRM ↔ MA:** newslettery, kampanie, lead scoring.
- **LinkedIn i narzędzia prospectingowe** – od researchu do outreachu.
- **Digital sobriety:** mniejszy ślad cyfrowy (kompresja, linki zamiast załączników, archiwizacja).
- **„Zielone wskaźniki” w CRM:** % spotkań zdalnych, oszczędność papieru, podróże służbowe.

Moduł 5 – Prezentacja produktów i usług

- **Struktura prezentacji:** problem → rozwiązanie → dowody → wpływ → ryzyka → next steps.

- **Dopasowanie do grup:** indywidualni, sektor publiczny, korporacje – różne języki korzyści.
- **Storytelling:** case stories z **rzetelnymi wskaźnikami** (kWh/rok, m³ wody, CO₂e, odpady).
- **Autoprezentacja i wystąpienia:** głos, mowa ciała, Q&A, praca z obiekcjami.
- **Narzędzia:** PowerPoint/Canva/Prezi, wideokonferencje i webinary.
- **Dostępność (WCAG) i inkluzywność:** slajdy, kontrast, napisy, materiały alternatywne.
- **Data-viz dla biznesu:** wykresy, „one-pager wartości”, executive summary.

Moduł 6 – Prawo, zgodność i formalności w sprzedaży

- **Umowa i oferta:** elementy niezbędne, zakres odpowiedzialności, SLA.
- **Rękojmia i gwarancja** – co komunikować klientowi.
- **RODO i ochrona danych** w procesie sprzedaży (minimalizacja, podstawy, retencja).
- **Prawo konsumenckie** i różnice B2B vs. B2C w praktyce sprzedażowej.
- **Dokumentowanie:** oferty, zamówienia, faktury; ścieżka audytowa.
- **Etyka i compliance** w komunikacji handlowej.
- **Rzetelne oświadczenia środowiskowe:** certyfikaty, normy, deklaracje (dowody w ofercie).
- **Klauzule dot. ESG i łańcucha dostaw** – w granicach kompetencji sprzedawcy (bez doradztwa prawnego).
- **E-podpis, archiwizacja elektroniczna,** kontrola wersji dokumentów.

Moduł 7 – Integracja i wdrożenie

- **Powtórka kluczowych zagadnień** i checklisty wdrożeniowe.
- **Symulacja końcowa:** od leada do wygranej – prezentacja, negocjacje, zamknięcie, follow-up.
- **Post-test wiedzy** + omówienie.

Walidacja

Walidacja odbywa się w ostatnim dniu szkolenia tj. 10.05.2026 r. godzina 18:00-19:00.

Szkolenie prowadzone w formie zajęć teoretyczno-praktycznych, tzn. Szkolenie w formie zajęć teoretyczno-praktycznych łączy przekazywanie wiedzy teoretycznej z praktycznym jej zastosowaniem.

Uczestnicy zdobywają informacje poprzez wykłady i prezentacje, a następnie wykorzystują je w praktyce podczas warsztatów i ćwiczeń w ramach każdego modułu szkolenia, gdzie ten zapis został zastosowany.

ROZDZIELNOŚĆ OSOBOWA WALIDACJI: Rozdzielność szkolenia od walidacji - rozdzielność osobowa. Osoba szkoląca nie ocenia wiedzy i umiejętności swoich kursantów w zakresie, w którym nauczała. Kończącą walidację prowadzi odrębna osoba.

Zajęcia w formie wykładu, rozmowy na żywo, chatu oraz współdzielenie ekranu.

Szkolenie odbędzie się poprzez platformę MS Teams.

Szkolenie trwa 24 godz. zegarowe

Podczas szkolenia odbędzie się:

- 10 godzin 45 min zajęć teoretycznych
- 10 godz. zajęć praktycznych
- 9 przerw po 15 minut - 2 godz. 15 min (wliczone w usługę)
- 1 godzina walidacji

Podczas szkolenia zostaną przeprowadzone pre-testy oraz post-testy wiedzy.

Program spełnia zakres technologii PRT z obszaru technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych, w tym m.in.:

4.2.4 – Technologie wytwarzania oprogramowania / 4.2.7 – Technologie przemysłowych systemów informatycznych : konfiguracja i integracja CRM/ERP, szablony ofert, wersjonowanie dokumentów oraz przepływy zatwierdzeń w procesie sprzedaży.

4.2.5 – Technologie data mining / 4.7.6 – Zaawansowane bazy danych i hurtownie danych: analityka lejka sprzedaży (KPI, konwersje, cykl sprzedaży) oraz „zielone wskaźniki” w CRM (np. % spotkań zdalnych, oszczędność papieru) i analizy TCO/TVO.

4.2.3 – Technologie e-learningowe: mikrokursy i quizy (netiquette, RODO, green claims), checklisty przed/po spotkaniach, mini-audyty eco w formie LMS jako element blended learning.

4.7.10 – Sztuczna inteligencja i uczenie maszynowe / 4.2.4 – Wytwarzanie oprogramowania: AI-copilots do researchu i szkiców ofert, „conversation intelligence” (transkrypcja, tagowanie obiekcji), scoring leadów i personalizacja prezentacji wartości.

4.5.1 – Ochrona prywatności danych / 4.5.3 – Bezpieczeństwo informacji / 4.6 – Bezpieczeństwo informacji: RODO w praktyce (minimalizacja, podstawy przetwarzania, retencja), szyfrowanie plików, kontrola dostępu w CRM, higiena cyberbezpieczeństwa handlowców.

4.5.2 – Technologie blockchain: rejestr niezmiennych „green claims” i załączników (certyfikaty, deklaracje środowiskowe) jako ślad dowodowy w ofertach.

4.7.4 – Technologie zarządzania wiedzą: biblioteki pitch-decków, playbooki sprzedażowe, bazy case stories (kWh/rok, m³ wody, odpady) i wyszukiwalne repozytoria treści.

4.1.3 – Technologie sieci 5. generacji (5G): stabilne wideorozmowy sprzedażowe, mobilny dostęp do CRM w terenie, szybkie przesyłanie ofert/prezentacji.

4.7.1 – Komunikacja urzędzeń / 4.7.2 – Internet Rzeczy (IoT) : pozyskiwanie danych z liczników/urzędzeń (np. zużycie energii/wody) dla rozmów o efektywności zasobowej i obrony ceny przez „wartość wpływu”.

4.2.9 – Technologie skanowania i wirtualizacji: cyfrowe repozytoria skanów umów/załączników oraz wirtualizacja materiałów szkoleniowych i ofertowych.

Wynik walidacji przekazywany jest uczestnikowi w dniu jej przeprowadzenia. Certyfikat wystawiany i nadawany jest w terminie do 4 dni roboczych od dnia zakończenia szkolenia. Łączny przewidywany czas doręczenia certyfikatu uczestnikowi wynosi od 4 do 7 dni roboczych od dnia zakończenia szkolenia, przy czym termin doręczenia uzależniony jest od czasu realizacji usługi przez operatora pocztowego.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Moduł 1 – Tożsamość rolidoradczej (min dset i etyka). Zajęciateo retyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	08-05-2026	17:00	18:45	01:45
2 z 22 Przerwa.	Anna Hrynyszyn	08-05-2026	18:45	19:00	00:15
3 z 22 Moduł 2 – Processprzedaży irelacje z klientem. Zajęciateoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	08-05-2026	19:00	21:00	02:00
4 z 22 Moduł 2 – Processprzedaży irelacje z klientem. Zajęciateoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	09-05-2026	09:00	10:45	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 22 Przerwa.	Anna Hrynyszyn	09-05-2026	10:45	11:00	00:15
6 z 22 Moduł 3 – Techniki sprzedaży i negocjacji oparte na wartości. Zajęcia teoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	09-05-2026	11:00	12:45	01:45
7 z 22 Przerwa.	Anna Hrynyszyn	09-05-2026	12:45	13:00	00:15
8 z 22 Moduł 3 – Techniki sprzedaży i negocjacji oparte na wartości. Zajęcia teoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	09-05-2026	13:00	14:45	01:45
9 z 22 Przerwa.	Anna Hrynyszyn	09-05-2026	14:45	15:00	00:15
10 z 22 Moduł 4 – Cyfrowy warsztat konsultanta. Zajęcia teoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	09-05-2026	15:00	16:45	01:45
11 z 22 Przerwa.	Anna Hrynyszyn	09-05-2026	16:45	17:00	00:15
12 z 22 Moduł 4 – Cyfrowy warsztat konsultanta. Zajęcia teoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	09-05-2026	17:00	19:00	02:00
13 z 22 Moduł 5 – Prezentacja produktów i usług. Zajęcia teoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	10-05-2026	09:00	10:45	01:45
14 z 22 Przerwa.	Anna Hrynyszyn	10-05-2026	10:45	11:00	00:15
15 z 22 Moduł 5 – Prezentacja produktów i usług. Zajęcia teoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	10-05-2026	11:00	12:45	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 22 Przerwa.	Anna Hrynyszyn	10-05-2026	12:45	13:00	00:15
17 z 22 Moduł 6 – Prawo, zgodności formalności sprzedaży.Zajęcia teoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	10-05-2026	13:00	14:45	01:45
18 z 22 Przerwa.	Anna Hrynyszyn	10-05-2026	14:45	15:00	00:15
19 z 22 Moduł 6 – Prawo, zgodności formalności sprzedaży.Zajęcia teoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	10-05-2026	15:00	16:45	01:45
20 z 22 Przerwa.	Anna Hrynyszyn	10-05-2026	16:45	17:00	00:15
21 z 22 Moduł 7 – Integracja i wdrożenie.Zajęcia teoretyczno-praktyczne.	Anna Hrynyszyn	10-05-2026	17:00	18:00	01:00
22 z 22 Walidacja.	-	10-05-2026	18:00	19:00	01:00

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	208,33 PLN
Koszt osobogodziny netto	208,33 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Hrynyszyn

Pani Anna to doświadczony trener i coach ACSTH z ponad 12-letnim doświadczeniem w pracy z różnymi grupami klientów, w tym korporacjami, sektorem publicznym oraz akademickim. To, co wyróżnia Panią Annę to nie tylko bogate doświadczenie praktyczne, ale także jej pasja i zaangażowanie w to, co robi. Nie tylko uczy, ale również sama ciągle się rozwija. Pani Anna aktywnie uczestniczy w szkoleniach zawodowych, takich jak „Dialog motywujący”, „Trening umiejętności społecznych” czy „Nowoczesne metody rekrutacji”. Ukończyła studia wyższe oraz certyfikacje jako Coach, Trener Biznesu i Doradca Zawodowy, co stanowi solidną podstawę dla jej profesjonalnej pracy. Od 5 lat prowadzi szkolenia z zakresu pisania wniosków unijnych. Od 12.2023 specjalizuje się również w szkoleniach dotyczących zielonej i cyfrowej gospodarki - ponad 500 godzin przeprowadzonych szkoleń.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Opracowania własne od Trenerów dla uczestników, prezentacje, skrypty szkoleniowe.

Informacje dodatkowe

Dla uczestników z dofinansowaniem min. 70% kwoty szkolenia - stawka „zw” – „§ 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”

Potwierdzeniem deklaracji zawartych w fiskach złożonych w naborach przeprowadzonych przez Operatorów w okresie do 30.03.2026 r., że usługa będzie prowadzić do uzyskania kwalifikacji, będzie obowiązywała archiwalna wersja karty - wersja 1.

Warunki techniczne

Minimalne wymagania systemowe

Platforma MS Teams

iOS: iOS 11

Windows: Windows 10 kompilacja 14393

Android: Android OS 5.0

Funkcje sieci Web. Najnowsza wersja przeglądarki Safari, Internet Explorer 11, Chrome, Edge lub Firefox

Komputer Mac: MacOS 10.13

Połączenie internetowe: wymagane jest połączenie internetowe przewodowe lub bezprzewodowe (3G, 4G, LTE) o następujących parametrach:

- dla transmisji wideo w jakości HD 720p minimalna przepustowość łącza internetowego wynosi: 1.5Mbps/1.5Mbps (wysyłanie/odbieranie).

- dla transmisji wideo w jakości FullHD 1080p minimalna przepustowość łącza internetowego wynosi: 3Mbps/3Mbps (wysyłanie/odbieranie).

Okres ważności linku: Link do szkolenia będzie ważny w dniach i godzinach wskazanych w harmonogramie usługi zostanie dostarczony do uczestnika na 5 dni roboczych przed rozpoczęciem szkolenia oraz umieszczony w polu Kody dostępowe do usługi w karcie usługi.

Kontakt



Grzegorz Kawa

E-mail grzegorz.kawa@science-szkolenia.pl

Telefon (+48) 502 621 248