



## Szkolenie: Odpowiedzialne komunikowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju, w tym identyfikowanie greenwashingu w komunikacji przedsiębiorstwa i przeciwdziałanie zjawisku greenwashingu

11 000,00 PLN brutto  
11 000,00 PLN netto  
250,00 PLN brutto/h  
250,00 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

A&P SP. Z O.O.  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ

Numer usługi 2026/03/10/137362/3392700

★★★★★ 5,0 / 5

1 861 ocen

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 44:00 h
- 📅 20.05.2026 do 27.05.2026

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie kierowane jest do:

-managerowie strategiczni (właściciele, managerowie, członkowie zarządu, kadra kierownicza)

- osoby odpowiedzialne za komunikację marketingową przedsiębiorstwa (np. specjaliści ds. reklamy, PR)

- osoby odpowiedzialne za dokonywanie zakupów w przedsiębiorstwach

-osoby zainteresowane tematem usługi

### Minimalna liczba uczestników

5

### Maksymalna liczba uczestników

25

### Data zakończenia rekrutacji

15-05-2026

### Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

### Liczba godzin usługi

44

### 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 przygotowuje uczestników do odpowiedzialnego, rzetelnego i zgodnego z przepisami komunikowania działań przedsiębiorstwa w obszarze zrównoważonego rozwoju, w tym do identyfikowania zjawiska greenwashingu oraz przeciwdziałania praktykom greenwashingu w komunikacji marketingowej i biznesowej.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje uwarunkowania prawne dotyczące komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	omawia regulacje krajowe i unijne w kontekście odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	omawia krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu	Test teoretyczny
	opisuje obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
Charakteryzuje zjawisko greenwashingu	wyjaśnia definicję greenwashingu	Test teoretyczny
	omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing)	Test teoretyczny
	wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu	Test teoretyczny
	podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż	Test teoretyczny
	wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu	Test teoretyczny
	omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów	Test teoretyczny
	opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne)	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p data-bbox="140 376 507 539">Analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do prośrodowiskowych aspektów produktów i usług</p> <p data-bbox="140 958 539 1055">Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej</p>	wymienia typowe sformułowania stosowane w języku greenwashingu	Test teoretyczny
	wskazuje w komunikatach marketingowych (np. w reklamach, na etykietach) hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu	Test teoretyczny
	opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem	Test teoretyczny
	wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową	Obserwacja w warunkach symulowanych
	identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Analizuje oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju</p>	<p>wyjaśnia znaczenie oznaczeń odnoszących się do zgodności produktu, usługi lub działalności z zasadami zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wymienia przykładowe oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zintegrowanego rozwoju</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>omawia kryteria świadczące o wiarygodności certyfikatów i znaków jakości w zakresie zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wymienia certyfikaty i znaki jakości, które nie spełniają kryteriów świadczących o wiarygodności certyfikatu lub znaku jakości</p> <p>opisuje sposoby weryfikowania wiarygodności oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Analizuje działania podmiotu w kontekście postępowania zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju</p>	<p>podaje przykłady działań zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wskazuje przykłady działań, które mogą świadczyć o stosowaniu przez podmiot greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wymienia narzędzia do wykrywania działań o charakterze greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje strategie unikania greenwashingu	opisuje metody minimalizowania ryzyka występowania greenwashingu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa	Test teoretyczny
	opisuje przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	omawia standardy i dobre praktyki dotyczące odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	wymienia działania i mechanizmy sprzyjające budowaniu odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	określa kryteria wyboru dostawców, wykonawców, usługodawców w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	określa cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
Realizuje działania z zakresu przeciwdziałania greenwashingowi	rozpoznaje sygnały ostrzegawcze, nieuczciwe praktyki przedsiębiorców i naruszenia przepisów w zakresie greenwashingu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wymienia instytucje, które przyjmują zgłoszenia w zakresie stosowania greenwashingu	Test teoretyczny
	opisuje rolę Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz innych instytucji w przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	opisuje procedury zgłaszania działań mających znamiona greenwashingu	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

### MODUŁ 1

Zrównoważony rozwój i odpowiedzialna komunikacja – kontekst i podstawy

- Pojęcie zrównoważonego rozwoju i zielonej transformacji
- Rola komunikacji marketingowej w budowaniu zaufania interesariuszy
- Odpowiedzialna komunikacja a ryzyko greenwashingu
- Oczekiwania konsumentów, kontrahentów i regulatorów

### MODUŁ 2

Uwarunkowania prawne komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju

- Krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące komunikacji marketingowej
- Regulacje odnoszące się bezpośrednio do greenwashingu
- Obowiązki przedsiębiorstw wobec konsumentów
- Odpowiedzialność prawna i finansowa przedsiębiorstw
- Przykłady decyzji i postępowań (UOKiK, UE)

### MODUŁ 3

Zjawisko greenwashingu – definicja, formy, konsekwencje

- Definicja greenwashingu
- Formy greenwashingu:
  - greencrowding
  - greenlighting
  - greenshifting
  - greenlabeling
  - greenrinsing
  - greenhushing

- Przyczyny stosowania greenwashingu
- Konsekwencje wizerunkowe, prawne i finansowe
- Wpływ greenwashingu na zaufanie klientów

## MODUŁ 4

### Analiza komunikatów marketingowych pod kątem greenwashingu

- Język greenwashingu – typowe sformułowania i hasła
- Analiza reklam, stron WWW, etykiet, opisów produktów
- Identyfikacja elementów graficznych i oznaczeń sugerujących ekologię
- Rozpoznawanie komunikatów wprowadzających w błąd

## MODUŁ 5

### Zgodność produktów i usług z komunikacją marketingową

- Kryteria oceny zgodności produktu/usługi z komunikacją
- Identyfikowanie rzeczywistych cech produktu lub działalności
- Metody poszukiwania dowodów (raporty, dokumenty, dane)
- Praca na przykładach z różnych branż

## MODUŁ 6

### Oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości w zrównoważonym rozwoju

- Znaczenie certyfikatów i znaków jakości
- Przegląd wiarygodnych certyfikatów
- Kryteria oceny wiarygodności oznaczeń
- Identyfikacja certyfikatów pozornych i wprowadzających w błąd
- Weryfikacja certyfikatów w praktyce

## MODUŁ 7

### Analiza działań przedsiębiorstwa w kontekście zrównoważonego rozwoju

- Przykłady działań zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju
- Działania mogące świadczyć o greenwashingu
- Narzędzia do wykrywania greenwashingu
- Ocena spójności działań i komunikacji

## MODUŁ 8

### Strategie unikania greenwashingu i dobre praktyki komunikacyjne

- Metody minimalizowania ryzyka greenwashingu
- Transparentna i odpowiedzialna komunikacja
- Standardy i dobre praktyki rynkowe
- Kryteria wyboru dostawców i partnerów
- Projektowanie komunikacji bez ryzyka greenwashingu

## MODUŁ 9

### Przeciwdziałanie greenwashingowi – działania i procedury

- Sygnały ostrzegawcze i nieuczciwe praktyki
- Instytucje przyjmujące zgłoszenia
- Rola UOKiK i innych organów

- Procedury zgłaszania naruszeń
- Działania naprawcze w organizacji

## MODUŁ 10

### Walidacja efektów uczenia się

Każdy uczestnik powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu marketingu

Uczestnicy w trakcie każdego dnia szkoleniowego trwającego więcej niż 4 godziny mają prawo do co najmniej 1 przerwy, trwającej co najmniej 15 minut. Przerwy wliczają się w czas trwania usługi.

Warunki organizacyjne: W celu osiągnięcia maksymalizacji efektów szkolenia, grupa uczestników powinna wynosić minimum 5 osób.

Realizacja zadań i ćwiczeń będzie przeprowadzona w taki sposób, aby stopniowo narastał ich stopień trudności, ale ich realizacja była w zasięgu możliwości uczestników. Zajęcia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające Uczestnikom/Uczestniczkom na ćwiczenie umiejętności.

Usługa odbywa się w godzinach zegarowych 1 godzina= 60 minut zegarowych

Liczba godzin teoretycznych - 20, liczba godzin praktycznych 24.

#### Szkolenie adresowane jest do:

osób odpowiedzialnych za komunikację w przedsiębiorstwie, w szczególności dla pracowników działów marketingu, osób współpracujących z klientami i kontrahentami, menedżerów, właścicieli. Ponadto szkolenie będzie przydatne dla osób zajmujących się zakupami/zamówieniami w przedsiębiorstwie oraz osobami zainteresowanymi tematem usługi.

**Walidacja efektów uczenia się realizowana jest jako odrębny etap procesu usługi rozwojowej, niezależny od procesu kształcenia, bez elementów dydaktycznych oraz bez udzielania wskazówek uczestnikom.**

Walidacja obejmuje:

1. **Test teoretyczny online** (weryfikujący efekty wiedzy),
2. **Zadanie praktyczne – studium przypadku**, realizowane w formule **obserwacji w warunkach symulowanych online** (weryfikujące efekty umiejętności).

#### a) Opis symulacji i przedmiotu obserwacji

W ramach zadania praktycznego uczestnik analizuje przekazany scenariusz studium przypadku dotyczący komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa zawierającej elementy odnoszące się do zrównoważonego rozwoju.

Zadanie polega na:

- identyfikacji potencjalnych elementów greenwashingu,
- ocenie zgodności komunikatu z zasadami odpowiedzialnej komunikacji,
- zaproponowaniu działań korygujących eliminujących ryzyko greenwashingu.

Przedmiotem obserwacji jest **faktyczne działanie uczestnika**, tj. sposób analizy materiału, poprawność identyfikacji ryzyk oraz adekwatność zaproponowanych rozwiązań.

#### b) Sposób realizacji walidacji online i dowody walidacyjne

Zadanie realizowane jest:

- **na żywo w formule online** (platforma komunikacyjna),
- z wykorzystaniem **przesłanego opracowania pisemnego**.

Dowodami walidacyjnymi są:

- opracowanie studium przypadku (plik pisemny),
- arkusz oceny zadania praktycznego,
- protokół walidacji podpisany przez walidatora.

#### c) Progi zaliczenia

- **Test teoretyczny** – minimum **60% poprawnych odpowiedzi**,
- **Zadanie praktyczne** – minimum **60% punktów** w arkuszu oceny, obejmującym kryteria: poprawność identyfikacji greenwashingu, trafność analizy, adekwatność zaproponowanych działań.

## d) Odrębność etapu walidacji

Walidacja realizowana jest jako **oddzielny moduł usługi**, bez elementów szkoleniowych, bez omawiania odpowiedzi i bez informacji zwrotnej o charakterze dydaktycznym.

Proces walidacji jest przeprowadzany **wyłącznie przez osobę walidującą**, inną niż trener prowadzący szkolenie.

**Trener nie uczestniczy w procesie walidacji** – nie ocenia, nie komentuje, nie udziela wskazówek ani nie bierze udziału w podejmowaniu decyzji o zaliczeniu.

Wyniki walidacji są dokumentowane w formie:

- arkuszy ocen,
- protokołu walidacji,
- testów teoretycznych,
- podpisanych przez osobę walidującą.

**Efekty o charakterze wiedzy** weryfikowane są **testem teoretycznym**.

**Efekty o charakterze umiejętności** weryfikowane są **zadaniem praktycznym – studium przypadku (obserwacja w warunkach symulowanych)**.

Każdy efekt uczenia się został przypisany do konkretnego elementu walidacji (test teoretyczny lub zadanie praktyczne), co zapewnia jednoznaczne potwierdzenie jego osiągnięcia.

Warunkiem ukończenia usługi rozwojowej jest:

- udział w co najmniej **80% zajęć**,
- **oraz**
- uzyskanie **pozytywnego wyniku walidacji efektów uczenia się** (test teoretyczny i zadanie praktyczne).

Zaświadczenie o ukończeniu usługi wydawane jest po spełnieniu obu powyższych warunków.

W przypadku niezaliczenia walidacji uczestnik nie uzyskuje potwierdzenia kompetencji, niezależnie od spełnienia wymogu frekwencji.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 17

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Moduł 1 (wykład z współdzieleni em ekranu, chat, rozmowa, case study, ćwiczenia)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	20-05-2026	08:00	12:00	04:00
2 z 17 Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	20-05-2026	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>3 z 17</b> Moduł 2(wykład z współdzieleni ekranu, chat, rozmowa, case study, ćwiczenia)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	20-05-2026	12:15	16:00	03:45
<b>4 z 17</b> Moduł 3(wykład z współdzieleni ekranu, chat, rozmowa, case study, ćwiczenia)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	21-05-2026	08:00	12:00	04:00
<b>5 z 17</b> Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	21-05-2026	12:00	12:15	00:15
<b>6 z 17</b> Moduł 4(wykład z współdzieleni ekranu, chat, rozmowa, case study, ćwiczenia)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	21-05-2026	12:15	16:00	03:45
<b>7 z 17</b> Moduł 5(wykład z współdzieleni ekranu, chat, rozmowa, case study, ćwiczenia)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	22-05-2026	08:00	12:00	04:00
<b>8 z 17</b> Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	22-05-2026	12:00	12:15	00:15
<b>9 z 17</b> Moduł 6(wykład z współdzieleni ekranu, chat, rozmowa, case study, ćwiczenia)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	22-05-2026	12:15	16:00	03:45
<b>10 z 17</b> Moduł 7(wykład z współdzieleni ekranu, chat, rozmowa, case study, ćwiczenia)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	25-05-2026	08:00	12:00	04:00
<b>11 z 17</b> Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	25-05-2026	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>12 z 17</b> Moduł 8(wykład z współdzieleni ekranu, chat, rozmowa, case study, ćwiczenia)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	25-05-2026	12:15	16:00	03:45
<b>13 z 17</b> Moduł 9(wykład z współdzieleni ekranu, chat, rozmowa, case study, ćwiczenia)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	26-05-2026	08:00	12:00	04:00
<b>14 z 17</b> Przerwa	Anna Nitkiewicz-Jankowska	26-05-2026	12:00	12:15	00:15
<b>15 z 17</b> Moduł 9(wykład z współdzieleni ekranu, chat, rozmowa, case study, ćwiczenia)	Anna Nitkiewicz-Jankowska	26-05-2026	12:15	16:00	03:45
<b>16 z 17</b> Moduł 10-walidacja-studium przypadku (obserwacja w warunkach symulowanyc h)	-	27-05-2026	10:00	13:00	03:00
<b>17 z 17</b> Moduł 10-walidacja- test	-	27-05-2026	13:00	14:00	01:00

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	11 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	11 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Anna Nitkiewicz-Jankowska

Specjalizuje się w szkoleniach, warsztatach, konsultacjach i pracy własnej z klientem z zakresu: Budowania strategii marki osobistej i/lub marki firmy, Pewności siebie, Asertywności, Zarządzania sobą i zmianą, Planowania, Strategii pracy ze stresem i innymi emocjami, Komunikacji, Negocjacji, Budowania zespołów, Techniki NLP, Technika Transformacji, Poziomów wartości, Poziomów świadomości. Doświadczenia zawodowe zdobywała od 1998 roku między innymi na stanowisku nauczyciela akademickiego na kilku uczelniach (UŚ, GWSH w Katowicach, WST-H p.k. w Nysie, AWF w Krakowie, WSBiznesu w Dąbrowie Górniczej) oraz prowadząc własną dział. gospod. w zakresie szkoleń i doradztwa. Szkoli również ze świadczenia usług zdalnych z wykorzystaniem nowych technologii, zielonych kompetencji, marketingu. Trener prowadzący zajęcia ma co najmniej 120 godzinne doświadczenie w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce dla osób dorosłych w ostatnich dwóch latach (24 miesiącach) wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia. Trener posiada doświadczenie w realizacji szkoleń i projektów z zakresu:

- odpowiedzialnej komunikacji marketingowej,
- zielonych kompetencji i zrównoważonego rozwoju,
- komunikacji ESG oraz zarządzania ryzykiem wizerunkowym i regulacyjnym.

Realizował szkolenia i działania doradcze dla przedsiębiorstw obejmujące analizę komunikacji marketingowej, zgodność przekazów z regulacjami oraz budowanie transparentnych strategii komunikacyjnych.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnikom zostaną przekazane materiały dydaktyczne w postaci prezentacji PowerPoint wysłanej na adres mailowy,

Materiały zgodne ze standardem WCAG 2.1

## Informacje dodatkowe

Zwolnienie z 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 (tekst jednolity Dz.U. z 2020r., poz. 1983)

Organizator zapewnia dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami podczas realizacji usług rozwojowych zgodnie z Ustawą z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz.U. 2022 poz. 2240) oraz „Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027”.

**W przypadku potrzeby zapewnienia specjalnych udogodnień prosimy o kontakt pod numerem 500 026 554 lub mailem na [psulkowski@gmail.com](mailto:psulkowski@gmail.com) przed zapisem na usługę!**

Kompetencja NIE jest włączona do ZSK.

# Warunki techniczne

Forma zdalna usługi. Szkolenie prowadzone jest za pośrednictwem platformy ZOOM.US.

1. W celu prawidłowego i pełnego korzystania z usługi, uczestnik powinien dysponować: urządzeniem mającym dostęp do sieci Internet (komputer, smartfon, tablet), zdolnym do odbioru dźwięku (głośniki, słuchawki), zdolnym do przekazywania dźwięku (mikrofon) w celu interakcji pomiędzy trenerem a uczestnikiem, przeglądarką Windows: IE 11+, Edge 12+, Firefox 27+, Chrome 30+, Mac: Safari 7+, Firefox 27+, Chrome 30+.

2. Minimalna wymagana szybkość połączenia internetowego w celu korzystania z webinarów wynosi 2 Mb/s (zalecane połączenie szerokopasmowe).

3. Dołączenie następuje poprzez kliknięcie w indywidualny link wysłany mailem do uczestnika przed analizą oraz wpisanie imienia i nazwiska.

Ważność linku - od rozpoczęcia szkolenia do jego zakończenia zgodnie z harmonogramem w karcie.

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze znajdują się pod tym linkiem: <https://support.zoom.us/hc/en-us/articles/201362023-System-Requirements-for-PC-Mac-and-Linux>

## Kontakt



**PIOTR SUŁKOWSKI**

**E-mail** psulkowski@gmail.com

**Telefon** (+48) 500 026 554