



## Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji - szkolenie

Numer usługi 2026/04/22/12144/3506124

4 796,00 PLN brutto  
4 796,00 PLN netto  
184,46 PLN brutto/h  
184,46 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Fundacja Biznes  
Odpowiedzialny  
Społecznie

★★★★★ 4,9 / 5

862 oceny

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 26:00 h
- 📅 13.05.2026 do 15.05.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Grupę docelową szkolenia „Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji” stanowią właściciele firm, prezesi i kierownicy działów marketingu oraz sprzedaży, odpowiedzialni za rozwój i strategię organizacji, a także inni pracownicy zainteresowani wykorzystaniem AI w marketingu. Szkolenie skierowane jest do osób otwartych na innowacje i wdrażanie zmian technologicznych, obejmuje również tematykę rozpoznawania potrzeb marketingowych małej firmy, narzędzi marketingu internetowego (strona WWW, media społecznościowe, Google Moja Firma, platformy B2B), tworzenia treści promocyjnych oraz zarządzania widocznością w internecie (SEO, opinie, wizytówki, monitoring efektów).
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	2
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	16
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	12-05-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	26
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa „Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji” przygotowuje do projektowania, wdrażania i doskonalenia nowoczesnych strategii marketingowych z wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji, analityki danych i automatyzacji procesów, umożliwiających skuteczne prowadzenie działań promocyjnych online, personalizację oferty oraz precyzyjne definiowanie celów, grup docelowych i kanałów komunikacji w małych firmach.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje kluczowe trendy wpływające na transformację marketingu w gospodarce cyfrowej	Uczestnik wskazuje zmiany technologiczne, społeczne lub środowiskowe wpływające na strategię marketingowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik wyjaśnia rolę sztucznej inteligencji w projektowaniu nowoczesnych strategii marketingowych	Uczestnik przedstawia różnicę między tradycyjną a współczesną rolą marketingu w strukturze firmy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	narzędzi AI w planowaniu, automatyzacji i analizie działań marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozpoznaje elementy strategii marketingowej prowadzące do wyróżnienia firmy na tle konkurencji	Uczestnik rozróżnia komponenty strategii marketingowej wpływające na przewagę rynkową	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje potrzeby marketingowe małej firmy	Uczestnik określa cele marketingowe, grupy docelowe i kanały komunikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik dobiera narzędzia marketingu internetowego adekwatne do charakteru działalności	Uczestnik opisuje funkcje i możliwości zastosowania narzędzi marketingu internetowego (strona WWW, media społecznościowe, Google Moja Firma, platformy B2B)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik tworzy i publikuje treści promocyjne dopasowane do odbiorców	Uczestnik przygotowuje posty, oferty lub opisy usług zgodnie z zasadami skutecznej komunikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik zarządza widocznością firmy w internecie	Uczestnik charakteryzuje podstawowe zasady SEO oraz znaczenie opinii i wizytówek w monitorowaniu efektywności działań marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik analizuje dane marketingowe w celu podejmowania decyzji	Uczestnik wskazuje źródła danych, interpretuje KPI i wykorzystuje je w planowaniu działań	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik opisuje strukturę i elementy modelu operacyjnego marketingu	Uczestnik wyjaśnia zależności między procesami, zasobami i rolami w marketingu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik planuje działania marketingowe z uwzględnieniem budżetu, zasobów i kanałów komunikacji	Uczestnik wymienia i wyjaśnia etapy opracowania zintegrowanego planu marketingowego oraz jego kluczowe elementy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozpoznaje kompetencje niezbędne do prowadzenia marketingu w warunkach cyfrowej transformacji	Uczestnik wskazuje i rozwija kompetencje analityczne, projektowe, komunikacyjne i strategiczne	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik identyfikuje etyczne i operacyjne ryzyka związane z wykorzystaniem AI w marketingu.	Uczestnik określa działania zapobiegawcze i zasady transparentności algorytmów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik stosuje dobre praktyki i zasady compliance przy wdrażaniu rozwiązań AI	Uczestnik wymienia procedury minimalizujące ryzyka technologiczne i wizerunkowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

## 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 wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

## Program

### 1. Marketing przyszłości – trendy i zmiany - 3 godziny 15 minut zajęć teoretycznych

- Nowe modele marketingowe w gospodarce cyfrowej.
- Zmiana roli marketingu w organizacji: od wsparcia sprzedaży do współtwórcy wartości strategicznej.
- Trendy technologiczne, społeczne i środowiskowe wpływające na marketing.

### 2. Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową - 2 godziny 15 minut zajęć teoretycznych

- Kluczowe komponenty nowoczesnej strategii marketingowej.
- Pozycjonowanie marki w warunkach zmienności rynkowej.
- Nowe formy konkurencji i zmieniające się granice rynku.

### **3. Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych - 2 godziny 30 minut zajęć teoretycznych**

- Modelowanie decyzyjne w marketingu: od intuicji do predykcji.
- Źródła danych i ich wiarygodność.
- Systemy dashboardowe, KPI i mierniki skuteczności strategii.

### **4. Projektowanie modeli operacyjnych marketingu - 2 godziny 30 minut zajęć praktycznych**

- Marketing jako system: struktura procesowa, role, workflow.
- Planowanie kampanii z uwzględnieniem zasobów, budżetów i kanałów.
- Zintegrowane planowanie działań (media, produkt, promocja, dystrybucja).

### **5. Rozpoznawanie potrzeb marketingowych małej firmy - 2 godziny zajęć praktycznych**

- Identyfikacja celów marketingowych i biznesowych.
- Określanie grup docelowych i kanałów komunikacji.
- Dobór narzędzi wspierających rozwój małego przedsiębiorstwa.

### **6. Narzędzia marketingu internetowego - 1 godzina 15 minut zajęć praktycznych**

- Strona internetowa jako narzędzie komunikacji i sprzedaży.
- Wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji.
- Google Moja Firma i platformy B2B jako kanały wzmacniania widoczności.

### **7. Tworzenie i publikowanie treści promocyjnych za pomocą AI - 1 godzina 30 minut zajęć praktycznych**

- Pisanie postów, tworzenie ofert i prezentacji usług online za pomocą AI.
- Dobór języka i formy przekazu do grupy docelowej za pomocą AI.

### **8. Zarządzanie widocznością w internecie przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji - 2 godziny zajęć praktycznych**

- Podstawy pozycjonowania (SEO) i optymalizacji treści przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji
- Monitoring efektów i analiza skuteczności działań.

### **9. Nowe kompetencje liderów marketingu - 2 godziny 30 minut zajęć praktycznych**

- Kompetencje przyszłości: analityczne, projektowe, komunikacyjne, strategiczne.
- Współpraca interdyscyplinarna (z IT, strategią, ESG, sprzedażą).
- Budowanie kultury innowacji i odporności organizacyjnej.

### **10. Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko - 1 godzina 15 minut zajęć praktycznych**

- Miejsce sztucznej inteligencji w ekosystemie narzędzi marketingowych.
- Automatyzacja kampanii, wykorzystanie AI do generowania treści, predykcji i segmentacji.

### **11. Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu - 2 godziny 30 minut zajęć teoretycznych**

- Etyczne aspekty wykorzystania AI w strategiach marketingowych.
- Identyfikacja ryzyk technologicznych, operacyjnych i wizerunkowych.
- Dobre praktyki i compliance przy wdrażaniu AI w organizacji.

### **8. Walidacja - 1 godzina 15 minut**

**Liczba godzin usługi:** 26 (usługa jest realizowana w godzinach dydaktycznych: 1 h szkolenia = 45 min.):

- Liczba godzin teoretycznych - 11 godzin
- Liczba godzin praktycznych - 13 godzin 30 minut
- Walidacja - 1 godzina 15 minut

Liczba przerw - dwie przerwy po 15 min. (12:00 - 12:15). Przerwa nie wliczona do procesu kształcenia.

**Format szkolenia w formie zdalnej w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem platformy LiveWebinar:**

- wykłady i prezentacje prowadzone przez trenera,

- warsztaty praktyczne i case studies umożliwiające zastosowanie wiedzy w rzeczywistych sytuacjach marketingowych,
- analiza przykładów strategii i kampanii marketingowych wykorzystujących narzędzia sztucznej inteligencji.

**Walidacja – test wiedzy online i umiejętności z zakresu tematycznego szkolenia:**

- Forma: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie (online)
- Próg zaliczenia: 75%
- Metoda testu: 20 pytań
- Narzędzie: platforma Google Forms

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 33

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 33 Marketing przyszłości trendy i zmiany: nowe modele marketingowe w gospodarce cyfrowej	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	08:00	08:50	00:50
2 z 33 Marketing przyszłości trendy i zmiany: zmiana roli marketingu w organizacji - od wsparcia sprzedaży do współtwórcy wartości strategicznej	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	08:50	09:40	00:50
3 z 33 Marketing przyszłości trendy i zmiany: trendy technologiczne, społeczne i środowiskowe wpływające na marketing	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	09:40	10:30	00:50

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 33 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową: kluczowe komponenty nowoczesnej strategii marketingowej	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	10:30	11:00	00:30
5 z 33 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową: pozycjonowanie marki w warunkach zmienności rynkowej	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	11:00	11:40	00:40
6 z 33 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową: nowe formy konkurencji i zmieniające się granice rynku	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	11:40	12:00	00:20
7 z 33 Budowanie przewagi konkurencyjnej przez strategię marketingową: nowe formy konkurencji i zmieniające się granice rynku	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	12:15	12:30	00:15
8 z 33 Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych: modelowanie decyzyjne w marketingu - od intuicji do predykcji	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	12:30	13:10	00:40

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p>9 z 33</p> <p>Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych: źródła danych i ich wiarygodność</p>	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	13:10	13:50	00:40
<p>10 z 33</p> <p>Zarządzanie informacją i podejmowanie decyzji na podstawie danych: systemy dashboardowe, KPI i mierniki skuteczności strategii</p>	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	13:50	14:30	00:40
<p>11 z 33</p> <p>Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: marketing jako system struktura procesowa, role, workflow</p>	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	14:30	15:10	00:40
<p>12 z 33</p> <p>Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: planowanie kampanii z uwzględnieniem zasobów, budżetów i kanałów</p>	Marcin Lenkiewicz	13-05-2026	15:10	16:00	00:50
<p>13 z 33</p> <p>Projektowanie modeli operacyjnych marketingu: zintegrowane planowanie działań (media, produkt, promocja, dystrybucja)</p>	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	08:00	08:30	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>14 z 33</b> Rozpoznawanie potrzeb marketingowych małej firmy: identyfikacja celów marketingowych i biznesowych	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	08:30	09:00	00:30
<b>15 z 33</b> Rozpoznawanie potrzeb marketingowych małej firmy: określanie grup docelowych i kanałów komunikacji	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	09:00	09:30	00:30
<b>16 z 33</b> Rozpoznawanie potrzeb marketingowych małej firmy: dobór narzędzi wspierających rozwój małego przedsiębiorstwa	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	09:30	10:00	00:30
<b>17 z 33</b> Narzędzia marketingu internetowego: strona internetowa jako narzędzie komunikacji i sprzedaży	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	10:00	10:20	00:20
<b>18 z 33</b> Narzędzia marketingu internetowego: wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	10:20	10:40	00:20
<b>19 z 33</b> Narzędzia marketingu internetowego: Google Moja Firma i platformy B2B jako kanały wzmocnienia widoczności	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	10:40	11:00	00:20

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 33 Tworzenie i publikowanie treści promocyjnych za pomocą AI: pisanie postów, tworzenie ofert i prezentacji usług online za pomocą AI	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	11:00	11:40	00:40
21 z 33 Tworzenie i publikowanie treści promocyjnych za pomocą AI: dobór języka i formy przekazu do grupy docelowej za pomocą AI	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	11:40	12:00	00:20
22 z 33 Tworzenie i publikowanie treści promocyjnych za pomocą AI: dobór języka i formy przekazu do grupy docelowej za pomocą AI	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	12:15	12:30	00:15
23 z 33 Zarządzanie widocznością w internecie przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji: podstawy pozycjonowania (SEO) i optymalizacji treści przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	12:30	13:15	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p><b>24 z 33</b> Zarządzanie widocznością w internecie przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji: monitoring efektów i analiza skuteczności działań</p>	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	13:15	14:00	00:45
<p><b>25 z 33</b> Nowe kompetencje liderów marketingu: kompetencje przyszłości analityczne, projektowe, komunikacyjne, strategiczne</p>	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	14:00	14:40	00:40
<p><b>26 z 33</b> Nowe kompetencje liderów marketingu: współpraca interdyscyplinarna (z IT, strategią, ESG, sprzedażą)</p>	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	14:40	15:20	00:40
<p><b>27 z 33</b> Nowe kompetencje liderów marketingu: budowanie kultury innowacji i odporności organizacyjnej</p>	Marcin Lenkiewicz	14-05-2026	15:20	16:00	00:40
<p><b>28 z 33</b> Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko: miejsce sztucznej inteligencji w ekosystemie narzędzi marketingowych</p>	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	08:00	08:30	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>29 z 33</b> Technologiczne komponenty strategii – w tym AI, ale nie tylko: automatyzacja kampanii, wykorzystanie AI do generowania treści, predykcji i segmentacji	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	08:30	09:00	00:30
<b>30 z 33</b> Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: etyczne aspekty wykorzystania AI w strategiach marketingowych	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	09:00	09:30	00:30
<b>31 z 33</b> Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: identyfikacja ryzyk technologicznych , operacyjnych i wizerunkowych	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	09:30	10:15	00:45
<b>32 z 33</b> Etyka, transparentność i ryzyka związane z AI w marketingu: dobre praktyki i compliance przy wdrażaniu AI w organizacji	Marcin Lenkiewicz	15-05-2026	10:15	11:00	00:45
<b>33 z 33</b> Walidacja	-	15-05-2026	11:00	12:00	01:00

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 796,00 PLN

---

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 796,00 PLN
--	--------------

---

Koszt osobogodziny brutto	184,46 PLN
---------------------------	------------

---

Koszt osobogodziny netto	184,46 PLN
--------------------------	------------

---

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Marcin Lenkiewicz

Marcin Lenkiewicz to doświadczony trener i konsultant edukacyjno-biznesowy, specjalizujący się w zarządzaniu zmianą, wdrażaniu strategii transformacyjnych oraz integracji sztucznej inteligencji w środowiskach pracy. Współpracował m.in. z międzynarodową firmą finansową IGK Group Credit Management oraz koncernem Magneti Marelli, gdzie realizował projekty z zakresu komunikacji międzykulturowej, zarządzania projektami oraz digitalizacji procesów operacyjnych.

Posiada również doświadczenie w działaniach powiązanych z nowoczesnym marketingiem: przez ponad 5 lat tworzył angażujące treści i zarządzał publikacjami online, współpracując z zespołami copywriterów i specjalistami ds. mediów społecznościowych. Koordynował pracę redakcji, nadzorował promocję treści cyfrowych i wspierał działania komunikacyjne skierowane do odbiorców z różnych segmentów rynku. Tworzył scenariusze materiałów edukacyjnych oraz projektował kampanie treściowe z wykorzystaniem narzędzi graficznych i edytorskich (Canva, Adobe Creative Suite).

Ukończył studia magisterskie z socjologii na Uniwersytecie w Białymstoku oraz studia licencjackie z administracji publicznej i filozofii w Wyższej Szkole Administracji Publicznej im. S. Staszica.

Uzupełniał wiedzę w ramach szkoleń z wykorzystania AI w środowiskach zawodowych, komunikacji strategicznej oraz zarządzania projektami w metodykach Agile i Waterfall.

W ciągu ostatnich 5 lat Pan Lenkiewicz prowadził szkolenia w tej samej lub pokrewnej tematyce.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po ukończeniu szkolenia otrzyma imienny certyfikat potwierdzający ukończenie szkolenia „Marketing przyszłości: budowanie strategii w erze sztucznej inteligencji - szkolenie”, wydany przez Fundację Biznes Odpowiedzialny Społecznie, zawierający zakres tematyczny, liczbę godzin oraz potwierdzenie nabytych efektów uczenia się. Uczestnicy otrzymają również materiały dydaktyczne w formie prezentacji multimedialnej opracowanej specjalnie na potrzeby szkolenia.

### Warunki uczestnictwa

#### Warunki zaliczenia usługi:

Warunkiem zaliczenia usługi jest uczestnictwo w co najmniej 80% całkowitej liczby godzin dydaktycznych, przy czym jedna godzina dydaktyczna oznacza 45 minut uczestnictwa w zajęciach online prowadzonych w czasie rzeczywistym. Dla usługi obejmującej 26 godzin dydaktycznych oznacza to obowiązek uczestnictwa w minimum 21 godzinie dydaktycznej - co powinno zostać potwierdzone na

podstawie raportów logowań każdego uczestnika. Zaliczenie szkolenia następuje po spełnieniu powyższego warunku obecności (na podstawie raportów logowań) oraz pozytywnym ukończeniu testu wiedzy kończącego szkolenie.

#### Raporty z logowania zawierają:

- pełna nazwa firmy kierującej uczestnika na szkolenie; ID numer usługi, datę przeprowadzenia szkolenia
- imię i nazwisko uczestnika,
- datę, godzinę rozpoczęcia i zakończenia każdego logowania, całkowity czas aktywnej obecności na platformie (w minutach).

## Informacje dodatkowe

- Uczestnicy nie muszą wykazywać się minimalnym doświadczeniem/stażem aby uczestniczyć w usłudze rozwojowej.
- Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 45 minut. Walidacja wlicza się w czas trwania usługi. Przerwy nie wliczają się do czasu trwania usługi i nie wpisany do harmonogramu. Przerwy sygnalizowane są przez osobę prowadzącą i zapisywane na czacie w platformie szkoleniowej.
- Usługa jest realizowana przez podmiot spełniający wymagania określone w Rozporządzeniu Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28.07.2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe (Dz.U. z 2023 r. poz. 1686).
- Usługa zwolniona z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT w zw. z § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia MF z 20.12.2013 r.

## Warunki techniczne

#### Wymagania techniczno-sprzętowe:

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z urządzenia mobilnego z dostępem do Internetu z prędkością przesyłu co najmniej 5MB/s oraz wyposażonego w mikrofon, kamerę i głośnik.

#### Urządzenie powinno posiadać:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy;
- 2 GB pamięci RAM lub więcej;
- System operacyjny Windows, Mac OS, Linux, ChromeOS, Android, IOS - zalecane najnowsze wersje;

Szkolenie prowadzone będzie na platformie opartej na przeglądarce internetowej. Wymagane jest posiadanie jednej z przeglądarek:

Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera, Safari.

#### Kody dostępowe do usługi:

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą platformy LiveWebinar. Program umożliwia

prezentację ekranu: <https://livewebinar.com/135-788-738>

Okres ważności linku do usługi – od 12.05.2026 do 15.05.2026 o godzinie 12:05.

Uczestnicy, trener oraz Operator drogą mailową otrzymają dostęp tj. link i hasło przed rozpoczęciem szkolenia

## Kontakt



**Natallia Paulenka**

**E-mail** paulenka@bosfundacja.pl

**Telefon** (+48) 536 210 297