



Digital Marketing  
Krzysztof Szymak

★★★★★ 4,9 / 5  
484 oceny

## Eco Reels & CapCut PRO - Specjalista ds. marketingu cyfrowego z wykorzystaniem AI i krótkich form wideo w zrównoważonej komunikacji cyfrowej. Kwalifikacje. Szkolenie.

Numer usługi 2026/04/23/163842/3507726

📍 Rybnik / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 27.06.2026 do 03.07.2026

6 081,12 PLN brutto

4 944,00 PLN netto

380,07 PLN brutto/h

309,00 PLN netto/h

175,00 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Internet

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób, które planują z **własnej inicjatywy** podnieść swoje kwalifikacje cyfrowe w obszarze tworzenia **profesjonalnych krótkich treści video** wykorzystywanych w marketingu internetowym, ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych.

Uczestnictwo w szkoleniu prowadzi do nabycia kwalifikacji **Specjalista ds. marketingu (social media / digital / AI) GCCS-DIG-002**, potwierdzającej przygotowanie do pracy w nowoczesnym środowisku komunikacji wizualnej online.

Usługa dedykowana jest osobom chcącym rozwinąć umiejętności w zakresie nagrywania, montażu i publikacji krótkich form video z uwzględnieniem zasad green marketingu i zrównoważonego rozwoju.

Szkolenie adresowane jest do marketerów, twórców internetowych, freelancerów, influencerów, pracowników agencji reklamowych oraz osób odpowiedzialnych za komunikację i promocję w przedsiębiorstwach, które chcą łączyć techniczne kompetencje video z odpowiedzialnym podejściem do kreacji treści.

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

26-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego tworzenia krótkich form wideo z wykorzystaniem narzędzi AI oraz aplikacji CapCut PRO, z uwzględnieniem zasad odpowiedzialnej i efektywnej komunikacji cyfrowej oraz zrównoważonego projektowania treści. Szkolenie rozwija praktyczne umiejętności w obszarze technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) oraz zielone kompetencje, rozumiane jako świadome ograniczanie nadprodukcji treści, optymalizacja materiałów wideo i efektywne wykorzystanie 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

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

Szkolenie przygotowuje uczestników do funkcjonowania w nowoczesnym modelu **video content marketingu**, opartym na zrównoważonych praktykach, świadomym storytellingu oraz efektywnym zarządzaniu treściami audiowizualnymi. Jednocześnie prowadzi do zdobycia kwalifikacji **Specjalista ds. marketingu (social media / digital / AI) GCCS-DIG-002**, zwiększając konkurencyjność uczestników na rynku pracy oraz ich **gotowość do pracy w sektorze zielonej gospodarki i nowoczesnych usług cyfrowych**.

Szkolenie stanowi odpowiedź na wyzwania **transformacji cyfrowej** oraz rosnącą potrzebę rozwoju **zielonych kompetencji** w sektorze usług kreatywnych, marketingowych i medialnych. Program szkolenia wpisuje się w założenia **Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego 2030 (RIS 2030)**, w szczególności w obszarze inteligentnych specjalizacji regionu:

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

Szkolenie wspiera realizację celów RIS 2030 poprzez rozwój praktycznych **umiejętności cyfrowych (ICT)** związanych z tworzeniem, nagrywaniem, montażem, publikacją i optymalizacją krótkich form wideo w mediach społecznościowych, przy jednoczesnym uwzględnieniu **zasad niskoemisyjności, energooszczędności oraz odpowiedzialnego wykorzystania technologii**. Uczestnicy zdobywają umiejętności planowania i realizacji treści wideo w sposób ograniczający nadprodukcję materiałów, zużycie energii oraz transfer danych.

Szkolenie odwołuje się również do założeń **PRT woj. śląskiego na lata 2019-2030**, poprzez:

- rozwój umiejętności **technologicznych i cyfrowych** niezbędnych w nowoczesnej gospodarce,
- praktyczne wykorzystanie narzędzi **ICT** w procesach marketingowych i komunikacyjnych,
- kształtowanie umiejętności **świadomego i efektywnego korzystania z technologii audiowizualnych**.

#### Przykładowe perspektywy zawodowe:

- **Specjalista ds. video content marketingu** realizujący strategię komunikacji wideo zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju,
- **Twórca treści wideo (video content creator)** w sektorze zielonej gospodarki, OZE, ESG i innowacji środowiskowych,
- **Specjalista ds. komunikacji w SM** w organizacjach i firmach wdrażających strategię ESG,
- **Koordynator kampanii społecznych i edukacyjnych** opartych na wideo i green storytellingu,
- **Asystent lub młodszy specjalista ds. zielonej transformacji cyfrowej** w obszarze marketingu i mediów.

**Szkolenie będzie miało formę głównie warsztatową.** Każdy uczestnik będzie pracował przy komputerze i na własnym smartfonie. Ćwiczenia z video (nagrania, montaż) realizowane będą zarówno w parach, jak i samodzielnie. **Forma warsztatowa zapewni realizację celu edukacyjnego usługi.**

**Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych (1 godzina zajęć = 60 minut).**

Podczas szkolenia każdy uczestnik będzie miał dostęp do mini **studia nagrań**, które odwzorowują warunki panujące w profesjonalnym studiu produkcyjnym.

**Uwaga do harmonogramu:** przerwy na lunch są wliczone w czas trwania usługi i zostały ustalone na godzinę 13:00 - 13:45 I dnia oraz 12:15 - 13:00 II dnia - uwzględniono w harmonogramie.

**!!! WAŻNE: Szkolenie realizowane jest w terminie 27-28.06.2026 r.** Po zakończeniu szkolenia uczestnicy przystępują do egzaminu certyfikującego, który jest organizowany i oceniany przez podmiot zewnętrzny (ICVC). 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 27.06 - 03.07.2026 r., ponieważ obejmuje:**

- **okres prowadzenia szkolenia (27-28 czerwca)**
- **oraz okres oczekiwania na wynik walidacji (do 3 lipca).**

**Teoria: 2,5 godziny zegarowe zajęć, praktyka: 10,5 godziny.** 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 oraz egzamin.

#### PROGRAM:

**I DZIEŃ SZKOLENIA [teoria: 1,5 godziny, praktyka: 5,5 godziny, przerwa: 45 min, kwestie organizacyjne: 15 min] - 27.06.2026:**

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

**08:15 - 09:30 MODUŁ I: Strategia marketingowa i rola video w komunikacji.**

1. Charakterystyka strategii marketingowych oraz ich zastosowanie w działaniach cyfrowych.
2. Proces decyzyjny użytkownika w środowisku social media.
3. Znaczenie krótkich form video w budowaniu zasięgu, zaangażowania i sprzedaży z uwzględnieniem zrównoważonej komunikacji cyfrowej.
4. Analiza działań konkurencji w obszarze eco-video marketingu.
5. Różnice między komunikacją sprzedażową a edukacyjną w kontekście gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ).
6. Znaczenie autentyczności i transparentności marki w komunikacji proekologicznej.
7. Wpływ działań marketingowych na postawy konsumentów wobec zrównoważonej konsumpcji.

**09:30 - 10:45 MODUŁ II: Projektowanie kampanii video i planowanie treści.**

1. Opracowanie założeń kampanii marketingowej (cele, grupa docelowa, KPI).
2. Dobór formatów treści (edukacyjne, sprzedażowe, wizerunkowe).
3. Struktura materiału video (Hook - Wartość - CTA).
4. Wykorzystanie narzędzi AI do planowania treści i scenariuszy.
5. Segmentacja odbiorców z uwzględnieniem postaw ekologicznych i świadomej konsumpcji.
6. Określenie wpływu kampanii na świadomość ekologiczną odbiorców (cele jakościowe i ilościowe).
7. Wprowadzenie do wskaźników efektywności kampanii z uwzględnieniem aspektów środowiskowych.

Ćwiczenie: opracowanie koncepcji rolki marketingowej.

**10:45 - 13:00 MODUŁ III: Warsztat - produkcja video: green production w praktyce (część I).**

1. Podstawowa nomenklatura związana z nagrywaniem filmów.
2. Ustawienia telefonu i kadrowanie (9:16) - optymalizacja pod platformy = brak konieczności ponownego eksportu.
3. Praca ze światłem: światło dzienne vs sztuczne - minimalizacja zużycia energii.
4. Dźwięk - unikanie strat jakości.
5. B-roll i nagrywanie krótkimi segmentami - ograniczanie nadmiarowego materiału.
6. Dobre praktyki eco-produkcji: planowanie nagrań, ograniczanie liczby ujęć.

Ćwiczenia indywidualne: nagranie min. 2 rolek (różne cele)

**13:00 - 13:45 Przerwa.**

**13:45 - 16:00 MODUŁ IV: Warsztat - produkcja video (część II) + montaż.**

1. Wprowadzenie do pracy w CapCut (workflow, import materiałów).
2. Montaż materiału video - cięcia, skracanie, dynamika.
  1. Jump cuts - skracanie materiału = mniejszy transfer danych.
  2. Montaż pod rytm - zwiększenie retencji zamiast zwiększania liczby publikacji.
  3. „Sztuka skracania” - mniej znaczy więcej (eco-content).
3. Optymalizacja materiałów video pod kątem ograniczenia transferu danych i emisji CO<sub>2</sub>.
4. Wpływ długości i jakości materiałów na obciążenie infrastruktury cyfrowej.

Ćwiczenie: montaż pierwszej rolki

**II DZIEŃ SZKOLENIA [teoria: 1 godzina, praktyka: 5 godzin, przerwa: 45 min, kwestie organizacyjne: 30 min, walidacja i egzamin: 45 min] - 28.06.2026:**

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

**08:15 - 10:45 MODUŁ V: Warsztat - montaż i optymalizacja video.**

1. Zaawansowany montaż w CapCut (tempo, rytm, narracja).
2. Dodawanie napisów i elementów wizualnych. Wykorzystanie AI w CapCut PRO.
3. Projektowanie CTA w materiale video.
4. Eksport materiałów (jakość vs rozmiar pliku - eco podejście).

Ćwiczenie: finalizacja rolki + druga wersja materiału

**10:45 - 12:15 MODUŁ VI: Content marketing i dystrybucja treści video**

1. Planowanie publikacji i harmonogram działań marketingowych.
2. Dobór kanałów komunikacji z uwzględnieniem ich wpływu środowiskowego i efektywności energetycznej.
3. Tworzenie opisów, hashtagów i komunikatów marketingowych promujących wartości zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnej konsumpcji.
4. Wykorzystanie AI do optymalizacji treści marketingowych.

**12:15 - 13:00 Przerwa.**

**13:00 - 14:15 MODUŁ VII: Analityka i optymalizacja działań marketingowych.**

1. Analiza wyników treści video (zasięg, retencja, konwersja).
2. Wykorzystanie narzędzi analitycznych.
3. Optymalizacja strategii marketingowej na podstawie danych.
4. Wprowadzenie do analizy wpływu kampanii na świadomość ekologiczną odbiorców.
5. Podstawy analizy sentymentu w kontekście treści proekologicznych.
6. Interpretacja danych w kontekście zarówno wyników biznesowych, jak i środowiskowych.

**14:15 - 15:00 MODUŁ VIII: Warsztat końcowy - kampania video marketingowa.**

1. Opracowanie mini strategii marketingowej.
2. Przygotowanie koncepcji serii rolek.
3. Uwzględnienie elementów transparentności i autentyczności w komunikacji marki.
4. Prezentacja i omówienie wyników.

**15:00 - 15:15 Podsumowanie szkolenia, sesja pytań, post-test.**

**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 - wynik NIE generuje się automatycznie; egzamin jest weryfikowany przez instytucję zewnętrzną).

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 przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 14</b> Przywitanie uczestników, omówienie szkolenia, przeprowadzenie pre-testów w celu oceny początkowego poziomu wiedzy uczestników.	Dominika Karp	27-06-2026	08:00	08:15	00:15
<b>2 z 14</b> MODUŁ I: Strategia marketingowa i rola video w komunikacji.	Dominika Karp	27-06-2026	08:15	09:30	01:15
<b>3 z 14</b> MODUŁ II: Projektowanie kampanii video i planowanie treści.	Dominika Karp	27-06-2026	09:30	10:45	01:15
<b>4 z 14</b> MODUŁ III: Warsztat - produkcja video: green production w praktyce (część I).	Dominika Karp	27-06-2026	10:45	13:00	02:15
<b>5 z 14</b> Przerwa.	Dominika Karp	27-06-2026	13:00	13:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>6 z 14</b> MODUŁ IV: Warsztat - produkcja video (część II) + montaż.	Dominika Karp	27-06-2026	13:45	16:00	02:15
<b>7 z 14</b> Przywitanie uczestników, krótkie przypomnienie materiału z poprzedniego dnia, sprawdzenie i rozwiązanie ewentualnych trudności na aktualnym etapie szkolenia.	Dominika Karp	28-06-2026	08:00	08:15	00:15
<b>8 z 14</b> MODUŁ V: Warsztat - montaż i optymalizacja video.	Dominika Karp	28-06-2026	08:15	10:45	02:30
<b>9 z 14</b> MODUŁ VI: Content marketing i dystrybucja treści video.	Dominika Karp	28-06-2026	10:45	12:15	01:30
<b>10 z 14</b> Przerwa.	Dominika Karp	28-06-2026	12:15	13:00	00:45
<b>11 z 14</b> MODUŁ VII: Analityka i optymalizacja działań marketingowych.	Dominika Karp	28-06-2026	13:00	14:15	01:15
<b>12 z 14</b> MODUŁ VIII: Warsztat końcowy - kampania video marketingowa.	Dominika Karp	28-06-2026	14:15	15:00	00:45
<b>13 z 14</b> Podsumowanie szkolenia, sesja pytań, post-test.	Dominika Karp	28-06-2026	15:00	15:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 14 Walidacja (analiza dowodów i deklaracji) i egzamin - test teoretyczny online.	-	28-06-2026	15:15	16:00	00:45

## Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

### 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

### Dominika Karp

Ekspertka Social Media, założycielka agencji „Z DOMI NA TY”. Praktyk marketingu, która na co dzień odpowiada za wizerunek w sieci takich marek jak: Odra Wodzisław, Silesia Fight Club czy Centrum

Egida. Certyfikowany Menadżer e-marketingu, Specjalista ds. PR oraz dyplomowany Grafik Komputerowy. Jest ekspertką od dynamicznego montażu wideo, ekologicznego content marketingu oraz narzędzi takich jak: Canva czy CapCut.

Doświadczenie zawodowe lub kwalifikacje nabyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia oferowanej usługi: m.in. 8 błędów w tworzeniu treści, które zabijają Twoje zasięgi (2025), Kurs grafika komputerowego (2025), ECO Video PRO: Tworzenie ekologiczne video content marketingu na YouTube jako narzędzie budowania wizerunku w Public Relations (2025), Video telefonem - podstawy nagrywania i montażu (2025), Canva - techniki tworzenia materiałów marketingowych (2025), Podstawy reklam w Meta Ads (2025), Specjalista ds. social media (2025), Ukryte perełki Canvy - aplikacje, które zmieniają wszystko (2025), Specjalista ds. PR, reklamy, marketingu i sprzedaży (2025), Menadżer e-marketingu (2026), Ślad węglowy organizacji (2026), Komunikacja ESG bez greenwashingu (2026).

## 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.

Akcesoria i rekwizyty niezbędne do realizacji ćwiczeń zapewnia **Dostawca usługi**.

### Informacje dodatkowe

**Kontakt do osoby prowadzącej usługę: dominika.karp@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, **prosimy o wcześniejsze poinformowanie Dostawcy Usługi - zapewnimy sprzęt**. Dostawca **ma możliwość zapewnienia sprzętu dla każdego uczestnika** (15 osób).

**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. Żorska 14  
44-200 Rybnik  
woj. śląskie

Centrum biznesowe "Żorska14". Ogólnodostępny parking przy budynku.

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

# Kontakt



**Maria Szymak**

**E-mail** [maria.szymak@simply.edu.pl](mailto:maria.szymak@simply.edu.pl)

**Telefon** (+48) 721 324 130