



## SPECJALISTA DS. MARKETINGU [G] z wykorzystaniem nowoczesnych technologii i zielonych kwalifikacji

Numer usługi 2026/04/24/151703/3511017

3 936,00 PLN brutto  
3 200,00 PLN netto  
246,00 PLN brutto/h  
200,00 PLN netto/h  
187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

Projekt Biznes sp. z o.o.

★★★★★ 4,9 / 5

232 oceny

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 16.05.2026 do 01.06.2026

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie przeznaczone jest dla osób indywidualnych z województwa śląskiego, które chcą nabyć praktyczne umiejętności marketingowe, w tym tworzenia treści graficznych i tekstowych z wykorzystaniem narzędzi Canva i ChatGPT. Uczestnikami mogą być osoby początkujące, nieposiadające wcześniejszego doświadczenia w pracy z tymi narzędziami, chcące rozwijać kompetencje cyfrowe i kreatywne. Oferta kierowana jest również do osób planujących przebranżowienie, poszukujących zatrudnienia, wchodzących na rynek pracy lub podnoszących swoje kwalifikacje w obszarze marketingu internetowego i odpowiedzialnej komunikacji. Szkolenie wspiera realizację celów Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego 2030 oraz rozwój inteligentnych specjalizacji regionu w obszarze technologii informacyjno-komunikacyjnych i zielonej gospodarki.

### Minimalna liczba uczestników

1

### Maksymalna liczba uczestników

16

### Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

### Liczba godzin usługi

16

### 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

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestnika do samodzielnego planowania, wdrażania i koordynowania działań e-marketingowych zgodnych z zasadami zielonej gospodarki. Absolwent będzie potrafił tworzyć strategie komunikacji online minimalizujące ślad węglowy, wykorzystywać nowoczesne narzędzia cyfrowe oraz analizować i optymalizować efektywność kampanii marketingowych.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozróżnia elementy strategii marketingowej wspierające model gospodarki obiegu zamkniętego w branży e-commerce	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wymienia działania marketingowe wspierające recykling opakowań i programy zwrotu produktów</li> <li>2. Klasyfikuje kampanie edukacyjne jako efektywne narzędzie komunikacji zrównoważonego rozwoju</li> </ol>	Test teoretyczny
Wyjaśnia zasady projektowania kampanii medialnych minimalizujących ślad węglowy i wpływ na środowisko	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Opisuje wybór kanałów cyfrowych z certyfikacją zieloną oraz ograniczenie materiałów drukowanych</li> <li>2. Charakteryzuje stosowanie papieru z certyfikatem FSC i optymalizację rozmiarów plików</li> </ol>	Test teoretyczny
Charakteryzuje narzędzia analityczne do śledzenia wpływu kampanii na zmianę zachowań ekologicznych	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definiuje analizę sentymentu w mediach społecznościowych jako metodę oceny kampanii</li> <li>2. Wyjaśnia badania świadomości ekologicznej przed i po kampanii marketingowej</li> </ol>	Test teoretyczny
<p>Opisuje elementy strategii marki priorytetowe przy budowaniu pozycji konkurencyjnej na rynku zrównoważonym</p> <p>Mierzy i raportuje wpływ kampanii marketingowej na środowisko naturalne i świadomość konsumentów</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wymienia wartości marki, autentyczność, edukację konsumentów i wpływ społeczny</li> <li>2. Klasyfikuje znaczenie łańcucha dostaw i jakości produktu dla pozycjonowania marki</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Śledzi wskaźniki takie jak emisje CO2, ilość odpadów, zużycie papieru i energii kampanii</li> <li>2. Opracowuje raporty zawierające pomiar wpływu kampanii na świadomość ekologiczną odbiorców</li> </ol>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
Wykorzystuje storytelling do komunikacji zaangażowania organizacji w gospodarkę obiegu zamkniętego	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Opowiada autentyczne historie o rzeczywistych wyzwaniach, rozwiązaniach i sukcesach biznesowych</li> <li>2. Konstruuje narracje uwzględniające udział pracowników, partnerów i konsumentów w transformacji</li> </ol>	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Pozycjonuje markę na rynku poprzez autentyczne zaangażowanie w zrównoważony rozwój i innowacje	<ol style="list-style-type: none"> <li>Opracowuje strategie pozycjonowania oparte na rzeczywistych działaniach proekologicznych i transparentności</li> <li>Buduje komunikację marketingową edukującą konsumentów o zmniejszaniu wpływu na środowisko</li> </ol>	Test teoretyczny
Segmentuje rynek w celu identyfikacji konsumentów zainteresowanych produktami ekologicznymi i zrównoważonymi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Stosuje segmentację psychograficzną uwzględniającą wartości i postawy wobec środowiska</li> <li>Analizuje preferencje zakupowe konsumentów zainteresowanych produktami zrównoważonymi</li> </ol>	Test teoretyczny
Komunikuje zaangażowanie organizacji w zrównoważony rozwój w sposób autentyczny i transparentny	<ol style="list-style-type: none"> <li>Prezentuje rzeczywiste działania proekologiczne bez fałszywych obietnic ekologicznych</li> <li>Wyjaśnia konsumentom procesy biznesowe związane z odpowiedzialnością środowiskową</li> </ol>	Test teoretyczny
Współpracuje w zespołach interdyscyplinarnych nad realizacją projektów zrównoważonego marketingu	---	Test teoretyczny
Ocenia i doskonali własną pracę w zakresie efektywności oraz wpływu kampanii marketingowych	<ol style="list-style-type: none"> <li>Analizuje wyniki kampanii i wprowadza działania usprawniające na podstawie otrzymanych danych</li> <li>Refleksyjnie podchodzi do wyzwań związanych z zrównoważonym marketingiem</li> </ol>	Test teoretyczny
Wykazuje inicjatywę w promowaniu wartości zrównoważonego rozwoju w komunikacji marketingowej	<ol style="list-style-type: none"> <li>Proponuje innowacyjne rozwiązania komunikacyjne wspierające transformację ekologiczną</li> <li>Angażuje się w edukację konsumentów na temat wpływu wyboru produktów na środowisko</li> </ol>	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>

## Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację

ICVC Certyfikacja Sp. z o. o.

Nazwa Podmiotu certyfikującego

Talent Odyssey Ltd

# Program

Usługa rozwojowa trwa łącznie 16 godzin zegarowy. Przerwy wliczone w czas trwania usługi zgodnie z harmonogramem.

## **Dzień 1: Strategia marketingowa, kampanie i narzędzia w zrównoważonym marketingu**

### **Rozpoczęcie szkolenia (1h)**

Powitanie, cele szkolenia, zasady pracy

Omówienie kwalifikacji i zakresu egzaminu

Wprowadzenie:

gospodarka obiegu zamkniętego (GOZ) w marketingu i e-commerce,

ślad węglowy w działaniach marketingowych,

rola marketingu w kształtowaniu postaw konsumenckich

Wprowadzenie do marketingu cyfrowego i jego znaczenia w nowoczesnej gospodarce

### **Moduł 1: Strategia marketingowa w e-commerce w modelu GOZ (2h)**

Elementy strategii marketingowej wspierające gospodarkę obiegu zamkniętego

Działania marketingowe związane z recyklingiem opakowań i programami zwrotów produktów

Kampanie edukacyjne jako narzędzie wpływu na zachowania konsumenckie

Planowanie działań marketingowych w oparciu o wartości marki i odpowiedzialność środowiskową

### **Przerwa 15 min**

### **Moduł 2: Projektowanie kampanii marketingowych o niskim wpływie środowiskowym (2h)**

Zasady projektowania kampanii medialnych minimalizujących ślad węglowy

Dobór kanałów komunikacji cyfrowej oraz ograniczenie wykorzystania materiałów drukowanych

Optimalizacja treści cyfrowych i materiałów marketingowych (formaty, rozmiary, efektywność)

Wykorzystanie standardów ekologicznych w komunikacji marketingowej

Planowanie kampanii marketingowych w środowisku online

### **Przerwa 30 min**

### **Moduł 3: Analityka marketingowa i badanie efektywności kampanii (2h)**

Wprowadzenie do narzędzi analitycznych w marketingu

Analiza sentymentu w mediach społecznościowych

Badania świadomości ekologicznej przed i po kampanii marketingowej

Monitorowanie efektywności kampanii oraz zachowań użytkowników

Wykorzystanie danych do podejmowania decyzji marketingowych

#### **Przerwa 15 min**

#### **Moduł 4: Nowoczesne technologie i AI w marketingu (1,5h)**

Wykorzystanie narzędzi cyfrowych w marketingu internetowym

Tworzenie treści marketingowych z wykorzystaniem narzędzi AI (ChatGPT)

Projektowanie materiałów graficznych w Canva

Automatyzacja działań marketingowych i zarządzanie treścią

Wykorzystanie AI do analizy danych, planowania kampanii i optymalizacji działań marketingowych

#### **Moduł 5: Marka, komunikacja i storytelling w marketingu zrównoważonym (1h)**

Elementy strategii marki na rynku zrównoważonym

Znaczenie autentyczności, transparentności i wpływu społecznego

Rola łańcucha dostaw i jakości produktu w komunikacji marketingowej

Storytelling jako narzędzie budowania zaangażowania i komunikacji wartości marki

#### **Podsumowanie dnia 1 (0,5h)**

Omówienie kluczowych zagadnień

Pytania i odpowiedzi

#### **Dzień 2: Praktyczne działania marketingowe, segmentacja, pozycjonowanie i raportowanie**

#### **Rozpoczęcie dnia 2 (0,5h)**

Powtórzenie najważniejszych zagadnień

Wprowadzenie do dalszej części szkolenia

#### **Moduł 6: Segmentacja rynku i analiza konsumentów (2h)**

Segmentacja rynku w marketingu

Segmentacja psychograficzna i analiza postaw wobec środowiska

Identyfikacja grup docelowych zainteresowanych produktami ekologicznymi

Analiza preferencji zakupowych konsumentów w e-commerce

#### **Przerwa 15 min**

#### **Moduł 7: Pozycjonowanie marki i komunikacja marketingowa (2h)**

Strategie pozycjonowania marki w oparciu o zrównoważony rozwój

Budowanie przewagi konkurencyjnej poprzez działania proekologiczne

Tworzenie komunikacji marketingowej edukującej konsumentów

Zasady transparentnej komunikacji i unikanie greenwashingu

Komunikacja wartości marki w kanałach cyfrowych

#### **Przerwa 30 min**

#### **Moduł 8: Pomiar, analiza i raportowanie działań marketingowych (2h)**

Wskaźniki efektywności kampanii marketingowych

Pomiar wpływu działań marketingowych na środowisko i świadomość odbiorców

Analiza wyników kampanii i identyfikacja obszarów do optymalizacji

Tworzenie raportów marketingowych i prezentacja wyników

Wykorzystanie narzędzi cyfrowych i AI w raportowaniu

#### **Przerwa 15 min**

#### **Moduł 9: Planowanie i realizacja działań marketingowych (1h 30 min)**

Planowanie kampanii marketingowej w środowisku cyfrowym

Dobór kanałów komunikacji i narzędzi marketingowych

Tworzenie treści marketingowych z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych i AI

Integracja działań marketingowych z analizą danych i optymalizacją kampanii

Koordinacja działań marketingowych w zespole

#### **Podsumowanie szkolenia (0,5h)**

Podsumowanie szkolenia

Omówienie dalszych możliwości rozwoju

Informacje dotyczące uzyskania zaświadczenia

#### **Egzamin (45 min)**

Test teoretyczny w formie online

---

#### **Kwalifikacja SPECJALISTA DS. MARKETINGU [G] - rozszerzona o moduł Green**

**PRT dział 3 Technologie dla ochrony środowiska**

**PRT dział 4 Technologie informacyjne i telekomunikacyjne**

**Zgodność ze strategią RSI 2030 i rozwój zielonych kompetencji**

Szkolenie wspiera cele **Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego 2030 – Inteligentne Śląskie**, w zakresie:

- rozwijania kompetencji cyfrowych i komunikacyjnych w duchu zrównoważonego rozwoju,
- wdrażania technologii informacyjno-komunikacyjnych (TIK) w sektorze usług i promocji,
- ograniczania zużycia zasobów naturalnych dzięki cyfryzacji (papier, transport, energia),
- świadomego korzystania z AI jako narzędzia zwiększającego efektywność i oszczędność.

Rozwijane kompetencje:

- planowanie i realizacja działań promocyjnych z uwzględnieniem ograniczenia śladu środowiskowego,
- korzystanie z narzędzi cyfrowych w celu eliminacji tradycyjnych materiałów papierowych,
- zarządzanie treściami w chmurze i automatyzacja procesów marketingowych,
- tworzenie zielonego przekazu komunikacyjnego, dopasowanego do odbiorcy.

Szkolenie pokazuje, że **efektywna komunikacja w mediach społecznościowych** może być **tańsza, szybsza i bardziej zrównoważona**, a jednocześnie skuteczniejsza niż klasyczne formy promocji. Uczestnicy opuszczają kurs z konkretnym zestawem narzędzi, które mogą wdrożyć natychmiast – niezależnie od branży.

## **Harmonogram**

Liczba przedmiotów/zajęć: 19

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 19</b> Rozpoczęcie szkolenia	DOMINIKA KARP	16-05-2026	08:00	08:30	00:30
<b>2 z 19</b> Moduł 1	DOMINIKA KARP	16-05-2026	08:30	10:00	01:30
<b>3 z 19</b> Przerwa	DOMINIKA KARP	16-05-2026	10:00	10:15	00:15
<b>4 z 19</b> Moduł 2	DOMINIKA KARP	16-05-2026	10:15	11:45	01:30
<b>5 z 19</b> Moduł 3	DOMINIKA KARP	16-05-2026	11:45	12:45	01:00
<b>6 z 19</b> Przerwa	DOMINIKA KARP	16-05-2026	12:45	13:15	00:30
<b>7 z 19</b> Moduł 4	DOMINIKA KARP	16-05-2026	13:15	14:45	01:30
<b>8 z 19</b> Przerwa	DOMINIKA KARP	16-05-2026	14:45	15:00	00:15
<b>9 z 19</b> Moduł 5	DOMINIKA KARP	16-05-2026	15:00	16:00	01:00
<b>10 z 19</b> Rozpoczęcie dnia 2 Powtórzenie kluczowych zagadnień z dnia pierwszego. Wprowadzenie do części analitycznej i strategicznej.	DOMINIKA KARP	17-05-2026	08:00	08:30	00:30
<b>11 z 19</b> Moduł 6	DOMINIKA KARP	17-05-2026	08:30	10:00	01:30
<b>12 z 19</b> Przerwa	DOMINIKA KARP	17-05-2026	10:00	10:15	00:15
<b>13 z 19</b> Moduł 7	DOMINIKA KARP	17-05-2026	10:15	11:45	01:30
<b>14 z 19</b> Moduł 8	DOMINIKA KARP	17-05-2026	11:45	12:45	01:00
<b>15 z 19</b> Przerwa	DOMINIKA KARP	17-05-2026	12:45	13:15	00:30
<b>16 z 19</b> Moduł 9	DOMINIKA KARP	17-05-2026	13:15	14:45	01:30
<b>17 z 19</b> Podsumowanie szkolenia	DOMINIKA KARP	17-05-2026	14:45	15:00	00:15
<b>18 z 19</b> Przerwa	DOMINIKA KARP	17-05-2026	15:00	15:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 19 Egzamin - walidacja	-	17-05-2026	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	3 936,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	246,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	200,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	162,60 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

Jestem trenerką z 4-letnim doświadczeniem w obszarze social mediów. Od kilku lat zajmuję się planowaniem, tworzeniem oraz optymalizacją działań komunikacyjnych w mediach społecznościowych, wspierając rozwój marek osobistych oraz firm. Posiadam praktyczne doświadczenie w budowaniu strategii obecności online, zwiększaniu zasięgów oraz zaangażowania odbiorców. Social media są dla mnie zarówno obszarem zawodowym, jak i pasją – na bieżąco analizuję trendy rynkowe, zmiany algorytmów oraz nowe narzędzia, aby skutecznie dostosowywać działania do dynamicznie zmieniającego się środowiska cyfrowego. W swojej pracy stawiam na

konkretne rozwiązania, indywidualne podejście do uczestników oraz przekazywanie wiedzy możliwej do natychmiastowego zastosowania w praktyce. Prowadzone przeze mnie szkolenia i konsultacje koncentrują się na świadomym i efektywnym wykorzystaniu social mediów w celach biznesowych, marketingowych i wizerunkowych, z naciskiem na długofalowy rozwój oraz mierzalne rezultaty.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Opracowania własne trenera - prezentacja, skrypt szkoleniowy (materiały w formie elektronicznej - po zakończonym szkoleniu).

### Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa jest zarejestrowanie się i założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych, zapisanie się na szkolenie za pośrednictwem Bazy oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora, do którego składają Państwo dokumenty o dofinansowanie.

Uczestnik musi być obecny na co najmniej 80% czasu zajęć usługi rozwojowej, na co potwierdzeniem będzie wygenerowany raport ze szkolenia oraz zaliczyć zajęcia, np. w formie testu wiedzy, testu kompetencyjnego, zadań praktycznych do wykonania lub innych form zaliczenia zajęć.

### Informacje dodatkowe

Walidacja, egzamin - wliczone w cenę usługi.

Usługa kończy się egzaminem zewnętrznym oraz wydaniem stosownego certyfikatu i zaświadczenia o ukończeniu szkolenia. Czas oczekiwania na certyfikat - do 10 dni.

Szkolenie jest prowadzone z wykorzystaniem metod aktywizujących rozumianych jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie nabywanych umiejętności. Metodologia pracy oparta jest o cykl uczenia się ludzi dorosłych, dzięki czemu teoria połączona jest z refleksją, doświadczeniem oraz dyskusją grupy, mającą na celu podsumowanie danego tematu.

Link do szkolenia zostanie przekazany uczestnikom najpóźniej w przeddzień rozpoczęcia szkolenia. Dane dostępne do usługi zostaną przekazane Operatorowi nie później niż dwa dni przed rozpoczęciem szkolenia.

Usługa szkoleniowa zwolniona z podatku VAT na podstawie §3 ustęp 1. pkt.14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013/ Dz. U. 2020.0.1983

## Warunki techniczne

Uczestnicy muszą posiadać dostęp do urządzeń mobilnych (laptop, smartfon) lub komputera, aby skorzystać ze szkolenia w formie zdalnej (system ZOOM) PLATFORMA: Usługa będzie prowadzona za pośrednictwem platformy ZOOM - usługa zdalna w czasie rzeczywistym. OKRES WAŻNOŚCI LINKU: zgodnie z harmonogramem szkolenia.

Link do szkolenia zostanie udostępniony uczestnikom oraz operatorowi (w celu ewentualnej wizyty monitoringowej) drogą mailową nie później niż 3 dni przed rozpoczęciem usługi.

MINIMALNE WYMAGANIA DOTYCZĄCE PARAMETRÓW ŁĄCZA SIECIOWEGO: Połączenie internetowe – szerokopasmowe przewodowe lub bezprzewodowe (3G lub 4G/LTE, 5G)

NIEZBĘDNE OPROGRAMOWANIE UMOŻLIWIĄJĄCE UCZESTNIKOM DOSTĘP DO PREZENTOWANYCH TREŚCI I MATERIAŁÓW: przeglądarka (Windows) IE 11+, Edge 12+, Firefox 27+, Chrome 30+; lub (Mac) Safari 7+, Firefox 27+;

SYSTEMY OBSŁUGUJĄCE W/W OPROGRAMOWANIE ORAZ APLIKACJĘ ZOOM: macOS, Windows, Linux oraz Chrome PWA, a dla aplikacji mobilnej Zoom systemy iOS i Android, a w szczególności:

- System operacyjny macOS X w wersji 10.10 lub nowszej
- System Windows 11\*

- **\*Uwaga:** system Windows 11 jest obsługiwany w wersji 5.9.0 lub nowszej.
- Windows 10\*
- **\*Uwaga:** w przypadku urządzeń z systemem operacyjnym Windows 10 obowiązuje wersja Windows 10 Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany.
- System operacyjny Windows w wersji 8 lub 8.1
- System operacyjny Windows 7
- System operacyjny Ubuntu w wersji 12.04 lub nowszej
- System operacyjny Mint w wersji 17.1 lub nowszej
- System operacyjny Red Hat Enterprise Linux w wersji 6.4 lub nowszej
- System operacyjny Oracle Linux w wersji 6.4 lub nowszej
- System operacyjny CentOS w wersji 6.4 lub nowszej
- Oprogramowanie Fedora w wersji 21 lub nowszej
- Oprogramowanie OpenSUSE w wersji 13.2 lub nowszej
- System operacyjny ArchLinux (tylko w wersji 64-bitowej)

Obsługiwany tablet i urządzenia mobilne:

Urządzenia z systemem Android i iOS

Urządzenia BlackBerry

Urządzenie Surface w wersji PRO 2 lub nowszej z systemem operacyjnym Windows w wersji 8.1 lub nowszej

Uwaga: W przypadku komputerów typu tablet z systemem operacyjnym Windows 10 obowiązuje wersja Windows 10 Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany.

Komputery tabletowe obsługują tylko klienta Desktop Client.

MINIMALNE WYMAGANIA SPRZĘTOWE: Ekran/Monitor, Głośniki – wbudowane lub podłączane na USB lub bezprzewodowe bluetooth, Klawiatura lub Mikrofon

## Kontakt



**RAFAŁ NOWAK**

**E-mail** [r.nowak@projekt-biznes.pl](mailto:r.nowak@projekt-biznes.pl)

**Telefon** (+48) 660 586 320