



Akademia marketingu internetowego DIMAQ AI - szkolenie

Numer usługi 2026/07/10/161607/3682198

4 674,00 PLN brutto
3 800,00 PLN netto
239,69 PLN brutto/h
194,87 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Interactive
Advertising Institute
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

126 ocen

- 🗂 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 19:30 h
- 📅 23.10.2026 do 28.10.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Dla osób, które zawodowo zajmują się e-marketingiem lub marketingiem i chcą poszerzyć swoją wiedzę i umiejętności swoje kwalifikacje z zakresu AI w digitalu. W szczególności dla:

- digital marketerów, pracowników agencji, domów mediowych i mediów oraz freelancerów, którzy bezpośrednio zajmują się operacyjnymi działaniami z obszaru e-marketingu/e-commerce/marketingu;
- doświadczonych marketerów, którzy chcą również samodzielnie prowadzić działania online;
- praktyków, którzy zajmują się planowaniem operacyjnym kampanii/zakupem mediów oraz na co dzień obsługują narzędzia e-marketingowe;
- ekspertów firm doradczych i konsultingowych, którzy wspierają swoich klientów najwyższą jakością praktycznej wiedzy.

Szkolenie obejmuje cały zakres wiedzy weryfikowanej przez egzamin DIMAQ AI.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój,
- Małopolski Pociąg do kariery,
- Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe,
- oraz pozostałych uczestników programów dofinansowań

Minimalna liczba uczestników

8

Maksymalna liczba uczestników

25

Data zakończenia rekrutacji

22-10-2026

Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do nabycia wiedzy o uczeniu maszynowym i sztucznej inteligencji, wykorzystywania generatywnej AI w działaniach marketingowych i automatyzacji. Po ukończeniu słuchacze są przygotowani do bezpiecznego i efektywnego wykorzystania AI w pracy w działach związanych z obszarem marketingu internetowego.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Umiejętności: Prowadzi działania z wykorzystaniem AI w kampaniach i strategiach	analizuje wpływ AI na efektywność (kontrola, personalizacja) identyfikuje zastosowanie machine learning w działaniach marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	monitoruje oraz analizuje efektywność zautomatyzowanych kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Projektuje działania z wykorzystaniem AI w e-commerce, analityce internetowej i UX	interpretuje wyniki analiz sentymentu i zachowań klientów ocenia optymalizację doświadczeń użytkowników	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	monitoruje trendy zakupowe i identyfikuje ryzyka wdrożenia AI analizuje ścieżki użytkowników w celu optymalizacji konwersji, wykorzystuje testy A/B interfejsu oparte na AI, interpretuje wskaźniki efektywności UX i obszary do poprawy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Umiejętności: stosuje AI w reklamie video, mobile marketingu i social mediach	stosuje AI w tworzeniu filmów (video z promptów tekstowych/obrazowych)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wykorzystuje proces targetowania i optymalizacji reklam video z użyciem AI	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	zarządzania kampaniami reklamowymi w social media z użyciem AI	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	stosuje NLP w mobile marketingu (np. SMS, aplikacje mobilne)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Wykorzystuje AI w Content Marketingu i Email Marketingu	automatyzuje aktualizację danych i treści (webwriting) omawia moderację komentarzy i personalizację treści przy wsparciu AI	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wykorzystuje narzędzia AI (ChatGPT, Claude, Grammarly) w pracy z tekstem segmentuje listy mailingowe i personalizuje wysyłkę e-maili	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wiedza: omawia aspekty etyczne, prawne i bezpieczeństwa AI	definiuje kluczowe problemy etyczne związane z AI (selekcja danych, transparentność)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje podstawowe akty prawne (AI Act, RODO) i obowiązki z nich wynikające	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Kompetencje społeczne: efektywnie komunikuje się z klientem aby poznać jego potrzeby marketingowe	omawia z klientem potrzeby marketingowe aby w prawidłowy sposób zaprojektować strategię marketingową.	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 wyrażnie 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

DZIEŃ I

1. AI w mobile i cross-channel marketingu - 1 h 30 min (1 h teoria, 30 min praktyka)

- Wykorzystanie chatbotów AI w komunikacji
- Zastosowanie przetwarzania języka naturalnego (NLP) w mobile marketingu
- Integracja AI z kanałami komunikacji mobilnej

2. AI w video marketingu - 1 h 30 min (1 h teoria, 30 min praktyka)

- Technologie AI w produkcji wideo
- Fazy produkcji wideo wspierane przez AI
- Optymalizacja i targetowanie wideo reklam
- Analiza i efektywność wideo
- AI w analizie i optymalizacji strategii wideo

3. AI w social media - 1 h 30 min (1 h teoria, 30 min praktyka)

- Zrozumienie algorytmów platform społecznościowych
- Voice of Customer i analiza języka
- Content Management z wykorzystaniem AI
- Automatyzacja procesów w social media, analiza trendów i wzorców

DZIEŃ II

1. AI w content marketingu - 1 h 30 min (1 h teoria, 30 min praktyka)

- Zastosowania AI w content marketingu i webwritingu
- Narzędzia AI wspierające tworzenie treści
- Personalizacja i optymalizacja treści

2. AI w SEM i SEO - 1 h 30 min (1 h teoria, 30 min praktyka)

- Podstawy i zastosowania AI w SEM
- AI w tworzeniu i zarządzaniu treścią
- AI w analizie i optymalizacji kampanii
- Zastosowania AI w działaniach SEO, personalizacja i optymalizacja treści

3. AI w display i programmatic - 1 h 30 min (1 h teoria, 30 min praktyka)

- Jak w programmaticu wykorzystywana jest Sztuczna Inteligencja?
- Optymalizacja i automatyzacja kampanii reklamowych
- Personalizacja i targetowanie w reklamie
- Wykorzystanie AI w platformach DSP i programmatic buying
- Generowanie i optymalizacja kreacji graficznych

DZIEŃ III

1. AI w e-mail marketingu i lead generation - 1 h 30 min (1 h teoria, 30 min praktyka)

- Automatyzacja i personalizacja
- Optymalizacja i segmentacja
- Narzędzia i technologie

2. AI w analityce internetowej + UX - 1 h 30 min (1 h teoria, 30 min praktyka)

- Optymalizacja UX i ścieżek konwersji

- Predyktywna analityka i behavioral targeting
- Funkcje AI w narzędziach analityki internetowej

3. AI w e-commerce - 1 h 30 min (1 h teoria, 30 min praktyka)

- zarządzanie zapasami i tworzenie opisów produktowych z wykorzystaniem AI
 - Personalizacja i rekomendacje produktów
 - Analiza danych i zachowań klientów
 - Wyzwania i ryzyka związane ze stosowaniem AI w e-commerce
 - AI w obsłudze klienta kanału e-commerce

DZIEŃ IV

1. Wprowadzenie do etyki AI 30 min (teoria)

- Podstawowe problemy etyczne związane z korzystaniem ze sztucznej inteligencji (wybór narzędzia, selekcja danych, korzystanie z narzędzia)
- Dobre praktyki zapewniające transparentność w wykorzystywaniu sztucznej inteligencji i zaufanie do biznesu
- Skutki społeczne wynikające z korzystania ze sztucznej inteligencji
- Pozycja człowieka w procesie korzystania ze sztucznej inteligencji i jej wytworów

2. Aspekty prawne 1 h (teoria)

- Pozycja człowieka w procesie korzystania ze sztucznej inteligencji i jej wytworów
- Podstawowe akty prawne regulujące sztuczną inteligencję i korzystanie z niej
- Kluczowe obowiązki wynikające z Aktu w sprawie sztucznej inteligencji (AI Act) w zakresie korzystania ze sztucznej inteligencji
- Przepisy dotyczące ochrony dóbr osobistych w zakresie korzystania ze sztucznej inteligencji i wyników jej działania
- Regulacje dotyczące korzystania z utworów lub znaków towarowych przy używaniu sztucznej inteligencji, kwalifikacja prawnoautorska promptów i wyników działania AI
- Przepisy dotyczące ochrony i przetwarzania danych osobowych przy używaniu sztucznej inteligencji
- Zasady oznaczania treści wytworzonych przez sztuczną inteligencję
- Przepisy dotyczące ochrony konkurencji i konsumentów w zakresie korzystania ze sztucznej inteligencji
- Konsekwencje prawne związane z naruszeniami podstawowych przepisów prawa dotyczących sztucznej inteligencji (AI Act, RODO, kodeks cywilny, prawo autorskie, prawo własności przemysłowej, prawo ochrony konkurencji i konsumentów)

3. Bezpieczeństwo etyczne, prawne i wizerunkowe 45 min (teoria)

- Zasady bezpiecznego i zgodnego z prawem wykorzystania sztucznej inteligencji w projekcie
- Proces oceny bezpieczeństwa i legalności korzystania ze sztucznej inteligencji w projekcie
- Wpływ regulaminów systemów sztucznej inteligencji na zasady korzystania z AI i jej wytworów
- Wpływ regulaminów serwisów internetowych na zasady korzystania ze sztucznej inteligencji i jej wytworów
- Potencjalne ryzyko wizerunkowe przy korzystaniu ze sztucznej inteligencji

4. Sesja pytań i odpowiedzi. Podsumowanie szkolenia 15 min (teoria)

Walidacja - 15 min: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie. Osoba przeprowadzająca walidację przekazuje uczestnikowi jedynie link do testu i sprawuje nadzór nad jego rzetelnym wypełnieniem, a sprawdzenie prawidłowości odpowiedzi odbywa się automatycznie na podstawie przygotowanego przez trenera klucza odpowiedzi.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: doświadczenie w operacyjnych działaniach z obszaru e-marketingu/e-commerce/marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 80%.

W trakcie usługi trener będzie prowadził szkolenie z wykorzystaniem: rozmowy na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 21

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 AI w mobile i cross-channel marketingu - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Konrad Gładkowski	23-10-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 21 -	Przerwa	-	23-10-2026	10:30	11:00	00:30
3 z 21 AI w video marketingu - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Kacper Bronisz	23-10-2026	11:00	12:30	01:30
4 z 21 -	Przerwa	-	23-10-2026	12:30	13:00	00:30
5 z 21 AI w social media - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Michał Płatek	23-10-2026	13:00	14:30	01:30
6 z 21 AI w content marketingu - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Maciej Rutkowski	26-10-2026	09:00	10:30	01:30
7 z 21 -	Przerwa	-	26-10-2026	10:30	11:00	00:30
8 z 21 AI w SEM i SEO - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Roksana Frankowska	26-10-2026	11:00	12:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 21 -	Przerwa	-	26-10-2026	12:30	13:00	00:30
10 z 21 AI w display i programmatic - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Kacper Bronisz	26-10-2026	13:00	14:30	01:30
11 z 21 AI w e-mail marketingu i lead generation - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Konrad Gładkowski	27-10-2026	09:00	10:30	01:30
12 z 21 -	Przerwa	-	27-10-2026	10:30	11:00	00:30
13 z 21 AI w analityce internetowej + UX - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Aleksander Kożuchowski-Przybyszewski	27-10-2026	11:00	12:30	01:30
14 z 21 -	Przerwa	-	27-10-2026	12:30	13:00	00:30
15 z 21 AI w e-commerce - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Aleksander Kożuchowski-Przybyszewski	27-10-2026	13:00	14:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 21 Wprowadzenie do etyki AI - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Dominik Gabor	28-10-2026	09:00	09:30	00:30
17 z 21 Aspekty prawne - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Dominik Gabor	28-10-2026	09:30	10:30	01:00
18 z 21 -	Przerwa	-	28-10-2026	10:30	10:45	00:15
19 z 21 Bezpieczeństwo etyczne, prawne i wizerunkowe - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Dominik Gabor	28-10-2026	10:45	11:30	00:45
20 z 21 Sesja pytań i odpowiedzi. Podsumowanie szkolenia - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu,	Zajęcia	Dominik Gabor	28-10-2026	11:30	11:45	00:15
21 z 21 -	Walidacja	-	28-10-2026	11:45	12:00	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	19:30

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma godzin zajęć	16:00
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	03:15
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	21:30

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 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 w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 674,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	239,69 PLN
Koszt osobogodziny netto	194,87 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	19:30

Prowadzący

Liczba prowadzących: 7



Dominik Gabor

W kancelarii Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy uczestniczy w pracach zespołu Media Communication & Entertainment. Specjalizuje się w prawie własności intelektualnej oraz prawie nowych technologii. Zapewnia wsparcie prawne klientom świadczącym usługi internetowe przy projektach polegających na wdrożeniu Aktu o Usługach Cyfrowych (Digital Services Act). Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej. Staż szkoleniowy w tematyce szkolenia ponad 500 godzin.



2 z 7

Roksana Frankowska

Specjalistka SEO z 6-letnim doświadczeniem. Od 2022 roku związana z agencją KERRIS, gdzie pełni rolę managera zespołu SEO. Na co dzień zajmuje się prowadzeniem projektów e-commerce oraz koordynacją strategii tworzonych przez zespół. Pracuje z rozwiązaniami z zakresu sztucznej inteligencji i automatyzacji, które wspierają efektywność działań SEO. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej. Staż szkoleniowy w tematyce szkolenia ponad 500 godzin.



3 z 7

Kacper Bronisz

Entuzjasta technologii z wieloletnim doświadczeniem w VR, AR i AI. Założyciel startupu prepareme.ai, innowacyjnego startupu rozwijającego rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji. Na co dzień łączy rolę marketingowca oraz wykładowcy/szkoleniowca w obszarze AI. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.



4 z 7

Konrad Gładkowski

Od 15 lat zajmuje się technologią i digitalem. Przeszedł drogę od struktur korporacyjnych przez startupowe, aby finalnie założyć software house specjalizujący się w tworzeniu dedykowanych chatbotów dla działów marketingu i obsługi klienta, wykorzystujących NLP (przetwarzanie języka naturalnego). Z jego rozwiązań korzystały setki tysięcy Polaków za sprawą projektów dla Ministerstwa Zdrowia czy firm takich jak Disney, Danone, H&M. Jako wykładowca studiów podyplomowych na SGH dzieli się wiedzą w obszarze zwiększania produktywności i efektywności dzięki zastosowaniu AI, automatyzacji i rozwiązań no-code. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej. Staż szkoleniowy w tematyce szkolenia ponad 500 godzin.



5 z 7

Michał Płatek

Ekspert marketingu internetowego z ponad 15-letnim doświadczeniem. Karierę rozpoczął w 2014 roku jako analityk SEO, rozwijając równolegle praktykę konsultingową. Obecnie współpracuje z międzynarodowymi markami jako konsultant e-commerce i digital, wykorzystując AI w procesach od strategii po analitykę. Współpracował z takimi markami jak Castorama, Media Markt, British Council i Magda Butrym. Dzieli się wiedzą jako prelegent i trener, prowadząc szkolenia i warsztaty z zakresu szeroko pojętego marketingu internetowego. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.



6 z 7

Maciej Rutkowski

Maciej przez ostatnie 10 lat był odpowiedzialny za budowę, zarządzanie i rozwój międzynarodowych zespołów i produktów w obszarze Data & AI (w Polsce, Wielkiej Brytanii i Niemczech). Współtworzył rozwiązania oparte o dane i sztuczną inteligencję dla dziesiątek polskich i międzynarodowych organizacji, pracując w innowacyjnych zespołach Data & AI firm takich jak Accenture i PwC. Jest

doświadczonym trenerem i edukatorem, w latach 2019-2022 pełnił rolę nauczyciela akademickiego i współtwórcy kierunku Data Science w Collegium Civitas w Warszawie. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej. Staż szkoleniowy w tematyce szkolenia ponad 500 godzin.



7 z 7

Aleksander Kożuchowski-Przybyszewski

Ekspert ds. produktów cyfrowych. Partner i członek zarządu 300.codes – jednego z najszybciej rozwijających się software-house w Europie Środkowej, specjalizującego się we wdrażaniu technologii skutecznie realizującej cele marketingu i sprzedaży. Head of Digital Products w KERRIS – jednej z największych niesieciowych agencji digital w Polsce, wyróżnionej przez MMP tytułem agencji digital roku 2024. Posiada wieloletnie doświadczenie w zakresie zarządzania procesem wdrażania projektów IT w metodyce zwinnej. Licencjonowany Scrum Master. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku eBiznes. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez wykładowców-praktyków, udostępniane uczestnikom drogą online
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają w formie elektronicznej zaświadczenie o ukończeniu szkolenia (pod warunkiem min. 100% frekwencji).

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt na mail: szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa z dofinansowaniem jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

W przypadku zapisów komercyjnych, bez dofinansowania i ID wsparcia prosimy o zapisy przez stronę: www.dimaq.pl.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Jeśli szkolenie spełnia powyższe warunki i Uczestnik/Pracodawca chce, aby faktura była wystawiona bez podatku VAT, prosimy o taką informację przed rozpoczęciem szkolenia na mail: szkolenia@dimaq.eu.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: www.dimaq.pl. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

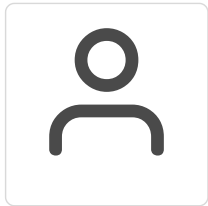
System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wymagane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Zgodnie z wytycznymi PARP będzie monitorowany czas zalogowania do platformy uczestników szkolenia.

Kontakt



PATRYCJA DĄBEK

E-mail p.dabek@dimaq.eu

Telefon (+48) 504 451 512