



LINDA PARYS

Brak ocen dla tego dostawcy

Profesjonalne Zarządzanie Marką Osobistą – Strategia, Komunikacja i Content Marketing z Wykorzystaniem AI

Numer usługi 2026/08/24/194906/3763002

10 049,10 PLN brutto

8 170,00 PLN netto

233,70 PLN brutto/h

190,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

- 📍 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 43:00 h
- 📅 14.12.2026 do 19.12.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do:

- przedsiębiorców i właścicieli firm budujących markę ekspercką,
- specjalistów, menedżerów i liderów chcących zwiększyć swoją rozpoznawalność zawodową,
- osób prowadzących działalność doradczą, szkoleniową, coachingową lub ekspercką,
- freelancerów rozwijających własną markę osobistą,
- osób planujących świadome budowanie wizerunku zawodowego w środowisku online i offline,
- osób zainteresowanych rozwijaniem kompetencji przyszłości związanych z komunikacją, adaptacyjnością i budowaniem relacji.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

5

Data zakończenia rekrutacji

13-12-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

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

Szkolenie przygotowuje do samodzielnego opracowania strategii marki osobistej, projektowania spójnej komunikacji oraz planowania działań zwiększających widoczność i wiarygodność zawodową. Uczestnik rozwinię umiejętności analizy trendów, identyfikowania wyróżników marki, wykorzystywania storytellingu, tworzenia angażujących treści do mediów społecznościowych, wykorzystania narzędzi AI w procesie tworzenia contentu oraz świadomego zarządzania komunikacją w oparciu o wyniki badania MindSonar®.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje zasady budowania i rozwijania marki osobistej.	– definiuje znaczenie marki osobistej w środowisku zawodowym i biznesowym, – wskazuje znaczenie autentyczności, wiarygodności i rozpoznawalności, – wymienia podstawowe elementy strategii marki osobistej.	Test teoretyczny
Uczestnik charakteryzuje zasady analizy otoczenia rynkowego i pozycjonowania marki osobistej.	– wskazuje trendy wpływające na rozwój marki, – rozróżnia konkurencję bezpośrednią, pośrednią i marki komplementarne, – wyjaśnia znaczenie analizy otoczenia dla pozycjonowania marki.	Test teoretyczny
Uczestnik charakteryzuje zasady komunikacji marki osobistej i budowania doświadczeń odbiorców.	– wskazuje zasady określania grup docelowych, – charakteryzuje zasady doboru komunikatów i kanałów komunikacji, – wyjaśnia znaczenie storytellingu i spójności komunikacji marki.	Test teoretyczny
Uczestnik opracowuje fundamenty strategii własnej marki osobistej.	– określa wartości, USP oraz unikatowe „dlaczego” marki, – formułuje misję, wizję i kierunki rozwoju, – identyfikuje własne zasoby i kompetencje istotne dla rozwoju marki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik projektuje komunikację marki osobistej dostosowaną do odbiorców.	– określa grupy odbiorców, – dopasowuje komunikaty do potrzeb i charakterystyki odbiorców, – dobiera odpowiednie kanały komunikacji i opracowuje założenia komunikacji marki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik opracowuje plan rozwoju i obecności marki osobistej.	– analizuje mocne strony, obszary rozwoju, szanse i zagrożenia, – określa priorytety i działania rozwojowe, – opracowuje plan obecności marki w wybranych kanałach oraz określa podstawowe mierniki sukcesu.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik świadomie buduje markę osobistą z uwzględnieniem potrzeb odbiorców.	– uwzględnia perspektywę odbiorców w podejmowanych decyzjach, – uzasadnia wybór sposobu komunikacji marki, – dostosowuje komunikację do zmieniających się potrzeb i warunków rynkowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik wykazuje gotowość do rozwoju i doskonalenia własnej marki osobistej.	– identyfikuje własne obszary rozwoju, – przyjmuje i wykorzystuje informację zwrotną, – określa kierunki dalszego doskonalenia marki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik podejmuje samodzielne i odpowiedzialne decyzje dotyczące rozwoju marki osobistej.	– dobiera działania adekwatne do własnych zasobów i celów, – uzasadnia priorytety rozwojowe, – wykazuje konsekwencję w planowaniu dalszych działań związanych z marką osobistą.	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

Budowanie silnej i rozpoznawalnej marki osobistej staje się jednym z kluczowych czynników wpływających na rozwój zawodowy, skuteczną komunikację oraz budowanie przewagi konkurencyjnej na rynku. W dynamicznie zmieniającym się otoczeniu biznesowym istotne jest nie tylko określenie własnych wyróżników, ale również umiejętne dostosowywanie strategii komunikacji do potrzeb odbiorców, trendów rynkowych oraz nowych technologii.

Szkolenie ma charakter praktyczny i przygotowuje uczestników do świadomego budowania oraz rozwijania marki osobistej. Uczestnicy pracują nad stworzeniem własnej strategii marki, definiują jej wartości, wyróżniki i kierunki rozwoju, a także uczą się projektować spójną komunikację wspierającą realizację celów zawodowych i biznesowych.

W trakcie szkolenia uczestnicy poznają metody analizy trendów, narzędzia wspierające komunikację i widoczność marki, zasady storytellingu oraz rozwiązania rozwijające kompetencje przyszłości, takie jak kreatywność, adaptacyjność i rezyliencja. Dodatkowym elementem programu jest wykorzystanie narzędzia MindSonar®, które wspiera diagnozę własnych preferencji poznawczych i stylów działania, umożliwiając bardziej świadome zarządzanie komunikacją oraz budowanie autentycznej marki osobistej.

Istotnym elementem programu są zagadnienia dotyczące planowania komunikacji w mediach społecznościowych, tworzenia angażujących treści oraz wykorzystania narzędzi sztucznej inteligencji wspierających proces tworzenia contentu. Uczestnicy uczą się projektować system komunikacji marki osobistej, planować kalendarz publikacji, opracowywać scenariusze materiałów wideo oraz wykorzystywać narzędzia AI do generowania pomysłów i usprawniania procesu tworzenia treści przy zachowaniu autentyczności komunikacji.

Program realizowany jest z wykorzystaniem metod aktywizujących, warsztatów praktycznych, analiz przypadków, ćwiczeń indywidualnych i grupowych oraz pracy na własnych przykładach uczestników, co umożliwia bezpośrednie przełożenie zdobytej wiedzy na działania zawodowe i biznesowe.

W trakcie szkolenia wykorzystywane będą:

- warsztaty praktyczne,
- analiza case study,
- ćwiczenia indywidualne,
- ćwiczenia zespołowe,
- dyskusja moderowana,
- burza mózgów,
- prezentacje uczestników,
- praca na własnych przykładach uczestników,
- konsultacje z trenerem,
- analiza wyników badania MindSonar®.

Usługa realizowana jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym.

Uczestnik powinien posiadać:

- komputer lub laptop wyposażony w kamerę, mikrofon i głośniki,
- stabilne łącze internetowe,
- dostęp do platformy wskazanej przez organizatora (np. Zoom, MS Teams),
- aktywny adres e-mail.

Zajęcia prowadzone są z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, ćwiczeń indywidualnych i grupowych, warsztatów projektowych, analiz przypadków oraz dyskusji moderowanych.

Uczestnik otrzyma:

- skrypt szkoleniowy w formie elektronicznej,
- arkusz projektowania DNA marki osobistej,
- szablon strategii marki osobistej,
- kartę analizy konkurencji i marek komplementarnych,
- szablon planu komunikacji marki,
- raport indywidualny MindSonar®,
- zestaw ćwiczeń rozwijających kreatywność i rezyliencję,
- materiały dotyczące trendów i kompetencji przyszłości,
- szablon kalendarza contentowego,
- checklistę tworzenia materiałów wideo,
- zestaw promptów AI do tworzenia treści,
- przykładowe scenariusze publikacji do mediów społecznościowych.
- zestaw rekomendowanych narzędzi cyfrowych wspierających budowanie marki osobistej.

Ramowy program:

Dzień 1. Fundamenty marki osobistej i analiza otoczenia

1. Wprowadzenie do marki osobistej w kontekście współczesnego rynku

- rola marki osobistej w środowisku zawodowym i biznesowym
- znaczenie autentyczności, wiarygodności i rozpoznawalności
- kompetencje przyszłości wspierające rozwój marki osobistej

1. Analiza rynku, trendów i zmian społecznych

- identyfikacja trendów wpływających na komunikację i pozycjonowanie
- analiza zmian zachodzących w otoczeniu biznesowym
- wykorzystanie future thinking w planowaniu rozwoju marki

1. Analiza konkurencji i marek komplementarnych

- identyfikacja konkurencji bezpośredniej i pośredniej
- benchmarki, inspiracje oraz dobre praktyki
- formułowanie wniosków strategicznych

1. Warsztat praktyczny – analiza własnej pozycji rynkowej

- określenie mocnych stron i obszarów rozwoju
- identyfikacja szans i zagrożeń dla marki osobistej

Dzień 2. Tożsamość marki osobistej i MindSonar®

1. Diagnoza własnego stylu działania – MindSonar®

- wykonanie badania
- analiza preferencji poznawczych
- interpretacja wyników w kontekście komunikacji i podejmowania decyzji

1. Tworzenie DNA marki osobistej

- wartości marki
- USP (Unique Selling Proposition)
- unikatowe „dlaczego”

1. Misja, wizja i kierunki rozwoju marki

- określenie celu marki osobistej
- definiowanie aspiracji i kierunków rozwoju
- budowanie spójności działań zawodowych

1. Model marki osobistej

- określenie roli zawodowej
- identyfikacja zasobów i kompetencji
- planowanie kierunków strategicznych

Dzień 3. Komunikacja i doświadczenia odbiorców

1. Projektowanie doświadczeń odbiorców

- analiza punktów styku z marką
- budowanie spójnych doświadczeń
- zwiększanie zaangażowania odbiorców

1. Strategia komunikacji marki osobistej

- określenie grup odbiorców
- dopasowanie komunikatów do odbiorców
- dobór kanałów komunikacji

1. Storytelling w budowaniu marki osobistej

- tworzenie narracji marki
- komunikowanie wartości i doświadczeń
- budowanie autentycznego przekazu

1. Warsztat praktyczny

- opracowanie komunikacji marki osobistej

- prezentacja i omówienie przygotowanych rozwiązań

Dzień 4. Kompetencje przyszłości i narzędzia wspierające rozwój marki

1. Kreatywność w budowaniu marki osobistej

- techniki kreatywnego myślenia
- generowanie pomysłów i rozwiązań
- rozwijanie innowacyjnego podejścia do komunikacji

1. Rezyliencja i zarządzanie energią

- adaptacja do zmian
- radzenie sobie z presją i blokadami
- budowanie nawyków wspierających rozwój zawodowy

1. Narzędzia cyfrowe wspierające rozwój marki

- narzędzia do komunikacji i zarządzania treścią
- rozwiązania wspierające automatyzację działań
- dobór narzędzi do modelu działania uczestnika

1. Warsztat praktyczny

- wykorzystanie narzędzi cyfrowych w działaniach marki osobistej
- projektowanie własnego systemu pracy

Dzień 5. Strategia obecności online, wdrożenie

1. Strategia obecności online

- planowanie działań w mediach społecznościowych
- wykorzystanie strony internetowej i newslettera
- budowanie spójnego systemu komunikacji

1. Plan wdrożenia marki osobistej

- opracowanie indywidualnej strategii działania
- określenie priorytetów rozwojowych
- definiowanie mierników sukcesu

1. Prezentacja opracowanych strategii

- omówienie przygotowanych planów
- informacja zwrotna i rekomendacje

Dzień 6. Współczesne trendy komunikacji w mediach społecznościowych

1. Współczesne trendy komunikacji w mediach społecznościowych

- zmieniające się zachowania odbiorców i konsumpcja treści,
- rola autentyczności, eksperckości i relacyjności w budowaniu marki,
- formaty treści wspierające rozwój marki osobistej.

2. Projektowanie systemu contentowego

- identyfikacja filarów komunikacji marki,
- generowanie tematów i pomysłów,
- tworzenie serii publikacji,
- planowanie komunikacji wielokanałowej.

Walidacja efektów uczenia się

Metody walidacji rekomendowane do całego szkolenia:

- test teoretyczny
- obserwacja w warunkach symulowanych,

Warunkiem ukończenia usługi jest uczestnictwo w minimum 80% czasu zajęć oraz przystąpienie do walidacji efektów uczenia się. W przypadku usługi realizowanej zdalnie frekwencja uczestników potwierdzana jest na podstawie raportów logowania generowanych przez platformę szkoleniową.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 32

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 32 Dzień 1. Wprowadzenie do marki osobistej w kontekście współczesnego rynku (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	14-12-2026	09:00	11:00	02:00
2 z 32 -	Przerwa	-	14-12-2026	11:00	11:15	00:15
3 z 32 Analiza rynku, trendów i zmian społecznych (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	14-12-2026	11:15	12:00	00:45
4 z 32 Analiza konkurencji i marek komplementarnych (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	14-12-2026	12:00	13:15	01:15
5 z 32 -	Przerwa	-	14-12-2026	13:15	14:00	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 32 Warsztat praktyczny – analiza własnej pozycji rynkowej (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	14-12-2026	14:00	17:00	03:00
7 z 32 Diagnoza własnego stylu działania – MindSonar® (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	15-12-2026	09:00	12:45	03:45
8 z 32 -	Przerwa	-	15-12-2026	12:45	13:00	00:15
9 z 32 Tworzenie DNA marki osobistej (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	15-12-2026	13:00	14:15	01:15
10 z 32 -	Przerwa	-	15-12-2026	14:15	15:00	00:45
11 z 32 Model marki osobistej (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	15-12-2026	15:00	17:00	02:00
12 z 32 Dzień 3. Projektowanie doświadczeń odbiorców	Zajęcia	Linda Parys	16-12-2026	09:00	10:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 32 Strategia komunikacji marki osobistej	Zajęcia	Linda Parys	16-12-2026	10:30	11:30	01:00
14 z 32 -	Przerwa	-	16-12-2026	11:30	11:45	00:15
15 z 32 Storytelling w budowaniu marki osobistej	Zajęcia	Linda Parys	16-12-2026	11:45	13:45	02:00
16 z 32 -	Przerwa	-	16-12-2026	13:45	14:30	00:45
17 z 32 Warsztat praktyczny	Zajęcia	Linda Parys	16-12-2026	14:30	17:00	02:30
18 z 32 Dzień 4. Kreatywność w budowaniu marki osobistej	Zajęcia	Linda Parys	17-12-2026	09:00	10:30	01:30
19 z 32 Rezyliencja i zarządzanie energią	Zajęcia	Linda Parys	17-12-2026	10:30	12:00	01:30
20 z 32 -	Przerwa	-	17-12-2026	12:00	12:15	00:15
21 z 32 Narzędzia cyfrowe wspierające rozwój marki	Zajęcia	Linda Parys	17-12-2026	12:15	13:45	01:30
22 z 32 -	Przerwa	-	17-12-2026	13:45	14:30	00:45
23 z 32 Warsztat praktyczny	Zajęcia	Linda Parys	17-12-2026	14:30	17:00	02:30
24 z 32 Dzień 5. Strategia obecności online	Zajęcia	Linda Parys	18-12-2026	09:00	11:00	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 32 -	Przerwa	-	18-12-2026	11:00	11:15	00:15
26 z 32 Plan wdrożenia marki osobistej	Zajęcia	Linda Parys	18-12-2026	11:15	13:15	02:00
27 z 32 -	Przerwa	-	18-12-2026	13:15	14:00	00:45
28 z 32 Prezentacja opracowanych strategii	Zajęcia	Linda Parys	18-12-2026	14:00	17:00	03:00
29 z 32 Dzień 6: Współczesne trendy komunikacji w mediach społecznościowych	Zajęcia	Linda Parys	19-12-2026	09:00	10:00	01:00
30 z 32 Projektowanie systemu contentowego	Zajęcia	Linda Parys	19-12-2026	10:00	11:00	01:00
31 z 32 -	Przerwa	-	19-12-2026	11:00	11:15	00:15
32 z 32 -	Walidacja	-	19-12-2026	11:15	12:00	00:45

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	43:00
w tym suma godzin zajęć	37:00
w tym suma godzin walidacji	00:45
w tym suma przerw	05:15
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	50:15

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, jeżeli 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	10 049,10 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	8 170,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	233,70 PLN
Koszt osobogodziny netto	190,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	43:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Linda Parys

Trenerka kreatywności, strateżka marek, brand coach oraz facylitorka LEGO® Serious Play® i journalingu. Specjalizuje się w obszarze rozwoju kompetencji przyszłości, budowania marek osobistych i firmowych, komunikacji, kreatywności oraz zarządzania zmianą.

W ostatnich 5 latach prowadziła liczne szkolenia, warsztaty, wykłady oraz sesje indywidualne dla przedsiębiorców, liderów i zespołów z zakresu strategii marki, komunikacji, social mediów, rozwoju osobistego oraz budowania widoczności marek. Od 7 lat prowadzi własną agencję kreatywną, wspierając firmy i przedsiębiorców w rozwijaniu kompetencji zawodowych, komunikacyjnych i biznesowych.

W pracy szkoleniowej wykorzystuje m.in. narzędzia LEGO® Serious Play®, MINDSONAR®, TOP360,

Podróż Bohatera®, vision board oraz journaling. W 2025 roku zrealizowała projekt Creative Mindset Report dotyczący sprawczości i rozwoju zawodowego przedsiębiorców, prowadząc warsztat dla ponad 80 uczestników.

Posiada kwalifikacje potwierdzone ukończeniem studiów i programów rozwojowych, m.in. na Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu, School of Form w Poznaniu (Zarządzanie Innowacją i Designem), GWSH w Katowicach (Fotografia w Terapii i Rozwoju Osobistym) oraz WSAiB w Gdyni (Brainologia i Zarządzanie Dobrostanem). Posiada akredytację coachingową International Coaching Community oraz ukończyła Creativity Workshop w Nowym Jorku.

Od 2017 roku pełni rolę mentorki w programie Biura Karier Uniwersytetu Wrocławskiego.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzyma:

- skrypt szkoleniowy w formie elektronicznej,
- arkusz projektowania DNA marki osobistej,
- szablon strategii marki osobistej,
- kartę analizy konkurencji i marek komplementarnych,
- szablon planu komunikacji marki,
- raport indywidualny MindSonar®,
- zestaw ćwiczeń rozwijających kreatywność i rezyliencję,
- materiały dotyczące trendów i kompetencji przyszłości,
- zestaw rekomendowanych narzędzi cyfrowych wspierających budowanie marki osobistej.
- szablon kalendarza contentowego,
- checklistę tworzenia materiałów wideo,
- zestaw promptów AI do tworzenia treści,
- przykładowe scenariusze publikacji do mediów społecznościowych.

Warunki techniczne

Minimalne wymagania sprzętowe dla platformy Zoom zależą od typu urządzenia i systemu operacyjnego.

Oto podstawowe wymagania sprzętowe dla Zooma:

Komputery (Windows, macOS, Linux)

Procesor:

Windows: Procesor dwurdzeniowy 1 GHz lub wyższy (i3/i5/i7 lub równoważny AMD).

macOS: Procesor Intel (wymagany Core i5 lub wyższy).

Linux: Procesor dwurdzeniowy 1 GHz lub wyższy.

Pamięć RAM:

Minimum 4 GB RAM.

Kamera:

Kamera internetowa o rozdzielczości 720p (HD) lub wyższa.

Mikrofon i głośniki:

Wbudowane lub zewnętrzne mikrofon i głośniki, lub zestaw słuchawkowy.

System operacyjny:

Windows 7, 8, 8.1, 10.

macOS X z macOS 10.9 lub nowszy.

Linux: Obsługiwane dystrybucje to Ubuntu, Mint, Red Hat, Oracle, CentOS, Fedora, OpenSUSE i Arch.

Przeglądarka:

Najnowsze wersje przeglądarek Chrome, Firefox, Safari, Edge.

Urządzenia mobilne (iOS i Android)

iOS:

Urządzenia iPhone, iPad, iPod touch z iOS 8.0 lub nowszym.

Android:

Urządzenia z systemem Android 5.0 (Lollipop) lub nowszym.

Szerokość pasma

Do podstawowej jakości wideo: 600 kbps (upload/download).

Do HD wideo (720p): 1,2 Mbps (upload/download).

Do Full HD wideo (1080p): 3,8 Mbps (upload) / 3,0 Mbps (download).

Warto również pamiętać, że Zoom automatycznie dostosowuje jakość wideo na podstawie dostępnego łącza internetowego.

Kontakt



LINDA PARYS

E-mail hello@lindaparys.pl

Telefon (+48) 505 999 335