



E-mail marketing jako narzędzie sprzedaży - kampanie, automatyzacje i analityka z uwzględnieniem cyfrowych i zielonych kompetencji

Numer usługi 2026/09/10/30963/3802631

720,00 PLN brutto
720,00 PLN netto
90,00 PLN brutto/h
90,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

OŚRODEK
SZKOLENIA
DOKSZTAŁCANIA I
DOSKONALENIA
KADR KURSÓR
SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,5 / 5

988 ocen

📍 Usługa szkoleniowa
📺 zdalna w czasie rzeczywistym
👥 Zajęcia grupowe
🕒 08:00 h
📅 22.10.2026 do 26.10.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

- osoby zajmujące się marketingiem, e-commerce i sprzedażą usług lub produktów online;
- pracownicy marketingu, sprzedaży i obsługi klienta odpowiedzialni za komunikację z odbiorcami;
- przedsiębiorcy i eksperci chcący rozwijać sprzedaż przy użyciu e-mail marketingu;
- osoby chcące wdrażać segmentację, automatyzację, analitykę oraz odpowiedzialne cyfrowo i zasobooszczędne kampanie.

Usługa jest dostępna dla wszystkich zainteresowanych – zarówno osób indywidualnych, jak i kierowanych przez urzędy, firmy, instytucje oraz wszystkich operatorów.

Mogą w niej uczestniczyć także osoby z programów regionalnych, w tym m.in.

- Kierunek - Rozwój WUP Toruń
- Usługi rozwojowe województwa śląskiego
- Małopolski pociąg do kariery – sezon 1,
- Nowy start w Małopolsce z EURESem
- Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

30

Data zakończenia rekrutacji

21-10-2026

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do planowania, tworzenia i optymalizowania kampanii e-mail marketingowych, segmentowania baz odbiorców, budowania automatyzacji w Ecomail, tworzenia treści sprzedażowych oraz analizowania wyników z uwzględnieniem RODO, bezpieczeństwa cyfrowego i zielonych praktyk ograniczających zbędne wysyłki, ciężkie pliki, nadmiar danych i niepotrzebne zużycie zasobów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Charakteryzuje rolę e-mail marketingu w procesie sprzedaży online.	definiuje podstawowe rodzaje komunikacji e-mailowej; rozróżnia newsletter, kampanię sprzedażową i automatyzację; charakteryzuje miejsce e-mail marketingu w lejku sprzedażowym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
WIEDZA: Charakteryzuje zasady legalnego budowania i utrzymywania bazy mailingowej.	rozróżnia prawidłowe i nieprawidłowe sposoby pozyskiwania zgód; charakteryzuje double opt-in; wskazuje zasady wycofania zgody i higieny bazy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
WIEDZA: Charakteryzuje rodzaje kampanii i automatyzacji e-mail marketingowych.	rozróżnia welcome series, abandoned cart, win-back, cross-selling i up-selling; wskazuje ich zastosowanie na etapach customer journey	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
WIEDZA: Charakteryzuje cyfrowe i zielone zasady prowadzenia kampanii.	wskazuje znaczenie segmentacji, higieny bazy, kompresji grafik i ograniczania załączników; rozróżnia działania ograniczające zbędne wysyłki, przechowywanie i transfer danych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Dobiera segment odbiorców do celu kampanii.	analizuje przedstawiony przypadek; dobiera kryteria segmentacji; ocenia zasadność komunikacji do określonej grupy odbiorców	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Projektuje podstawową sekwencję sprzedażową.	dobiera kolejność wiadomości; przyporządkowuje komunikat do etapu customer journey; wskazuje prawidłowy trigger automatyzacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
UMIEJĘTNOŚCI: Dobiera sposób konfiguracji kampanii i automatyzacji w Ecomail.	wskazuje prawidłową kolejność tworzenia listy, segmentu, kampanii i wysyłki testowej; rozróżnia poprawne i błędne ustawienia	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Projektuje elementy maila sprzedażowego.	dobiera temat, preheader, strukturę treści i CTA; ocenia czytelność komunikatu; dobiera sposób personalizacji do odbiorcy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Analizuje wyniki kampanii e-mailowej.	interpretuje open rate, CTR, konwersję i revenue per email; ocenia wyniki testu A/B; dobiera działanie optymalizacyjne	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Dobiera rozwiązania ograniczające cyfrową nadprodukcję.	ocenia częstotliwość wysyłek; dobiera sposób ograniczenia nieaktywnych kontaktów; wskazuje rozwiązania zmniejszające rozmiar wiadomości, liczbę wersji i zbędne wysyłki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Ocenia odpowiedzialność za jakość i legalność komunikacji.	rozróżnia działania zgodne i niezgodne z zasadami ochrony danych; ocenia sposób wykorzystania danych odbiorców; uzasadnia potrzebę respektowania zgód	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Organizuje własną pracę przy przygotowaniu kampanii.	planuje kolejność działań; wskazuje punkty kontroli jakości; dobiera działania ograniczające błędy przed wysyłką	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Ocenia wpływ cyfrowej komunikacji na wykorzystanie zasobów.	uzasadnia potrzebę ograniczania zbędnych wysyłek i ciężkich materiałów; ocenia rozwiązania w odniesieniu do zasad 6R; wskazuje praktyki odpowiedzialnego korzystania z technologii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje i kompetencje

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

Interaktywna forma zdalna:

- Szkolenie odbywa się w formie zdalnej, w czasie rzeczywistym, za pomocą platformy Zoom. Umożliwia to uczestnictwo z dowolnego miejsca, oszczędzając czas i koszty związane z dojazdami. Interaktywne sesje wideo, współdzielenie ekranu i chat pozwalają na aktywny udział i bieżącą komunikację z prowadzącymi oraz innymi uczestnikami.

Godziny realizacji szkolenia:

- Każda godzina szkolenia obejmuje 45 minut.
- Szkolenie obejmuje 9 godzin zajęć edukacyjnych
- walidacja wliczona jest w czas trwania usługi

Metody pracy

- Zajęcia prowadzone są przede wszystkim metodą ćwiczeniową z wykorzystaniem rozmowy na żywo, prezentacji, demonstracji działania narzędzi, współdzielenia ekranu, analizy przypadków i samodzielnych ćwiczeń.
- Warunkiem niezbędnym do osiągnięcia celu szkolenia jest samodzielne wykonywanie ćwiczeń zadawanych przez trenera.

Dostępność dla osób ze szczególnymi potrzebami

- Zapewniamy wsparcie techniczne uczestnikom wymagającym pomocy w obsłudze platformy lub materiałów.
- Pytania można zadawać ustnie lub za pomocą czatu tekstowego.
- Platforma Zoom wspiera rozwiązania dostępnościowe i możliwość korzystania z technologii wspomagających.
- Tempo wykonywania ćwiczeń jest dostosowywane do możliwości grupy w ramach czasu przewidzianego harmonogramem.

Weryfikacja efektów uczenia się:

- Program obejmuje weryfikację efektów uczenia się poprzez test teoretyczny, który pozwala na ocenę zdobytej wiedzy i umiejętności. Taki system oceny gwarantuje, że uczestnicy faktycznie przyswoili potrzebne informacje i są gotowi do ich praktycznego zastosowania.

Certyfikat / zaświadczenie ukończenia kursu

- Po pozytywnym zakończeniu walidacji uczestnik otrzymuje zaświadczenie o ukończeniu kursu wydane na podstawie § 23 ust. 4 rozporządzenia Ministra Edukacji i Nauki z dnia 6 października 2023 r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych.

PROGRAM

Blok 0. Otwarcie

- przedstawienie prowadzącego i uczestników;
- cele szkolenia i oczekiwania;
- krótka ankieta dotycząca wykorzystywanych kanałów i narzędzi;
- kompetencje cyfrowe: diagnoza obecnego poziomu wykorzystania narzędzi e-mail marketingowych;
- zielone kompetencje: identyfikacja obszarów nadprodukcji komunikacji, zbędnych wysyłek i powielanych materiałów.

Blok 1. Czym jest e-mail marketing i dlaczego działa

- definicja i miejsce e-mail marketingu w lejku sprzedażowym;
- ROI, koszt dotarcia i własność kanału;

- newsletter, kampanie sprzedażowe, komunikacja transakcyjna i lifecycle;
- case study kampanii z wynikami;
- analiza wiadomości działających i nieskutecznych;
- cyfrowe kompetencje: świadomy dobór kanału i formatu komunikacji;
- zielone kompetencje: ograniczanie nadprodukcji treści, ponowne wykorzystywanie wartościowych materiałów i zasada reduce/reuse w planowaniu komunikacji.

Blok 2. Budowa i segmentacja listy mailingowej

- RODO, double opt-in, treść i wycofanie zgody;
- lead magnety, formularze, checkout i pop-upy;
- segmentacja demograficzna i behawioralna;
- higiena bazy i wpływ na deliverability;
- projektowanie segmentów dla własnej oferty;
- cyfrowe kompetencje: zarządzanie zgodami, danymi i segmentacją odbiorców;
- zielone kompetencje: usuwanie nieaktywnych kontaktów i ograniczanie wysyłek do odbiorców, dla których komunikacja nie jest potrzebna, co ogranicza zbędne przetwarzanie, transfer i przechowywanie danych.

Blok 3. Rodzaje kampanii sprzedażowych i automatyzacji

- welcome series;
- kampanie produktowe i promocyjne;
- automatyzacja porzuconego koszyka;
- kampanie win-back;
- cross-selling i up-selling;
- mapowanie automatyzacji na customer journey;
- ćwiczenie z własną ścieżką klienta;
- kompetencje cyfrowe: projektowanie triggerów, warunków i sekwencji automatycznej komunikacji;
- zielone kompetencje: eliminowanie powtarzających się lub niepotrzebnych wiadomości oraz projektowanie automatyzacji bez nadmiernej częstotliwości komunikacji.

Blok 4. Warsztat praktyczny – kampania w Ecomail

- panel i funkcje Ecomail;
- lista i segment;
- kampania od szablonu do wysyłki testowej;
- prosta automatyzacja;
- samodzielne utworzenie kampanii i automatyzacji;
- kompetencje cyfrowe: praktyczna obsługa platformy, konfiguracja segmentów, kampanii i automatyzacji;
- zielone kompetencje: lekkie szablony wiadomości, kompresowanie grafik, ograniczanie ciężkich załączników, stosowanie linków zamiast przysyłania dużych plików oraz ograniczanie liczby powielanych wersji materiałów.

Blok 5. Copywriting sprzedażowy w e-mailu

- temat i preheader;
- hak, wartość i CTA;
- personalizacja;
- najczęstsze błędy;
- tworzenie tematu i pierwszego zdania maila;
- feedback;
- kompetencje cyfrowe: projektowanie komunikacji mobile-first i dostosowywanie jej do danych o odbiorcy;
- zielone kompetencje: krótsze, celowe komunikaty, ograniczanie zbędnych grafik, elementów i powielanych wariantów treści.

Blok 6. Mierzenie efektów i optymalizacja

- open rate, CTR, konwersja i revenue per email;
- testy A/B;
- SPF, DKIM, DMARC i deliverability;
- dashboard wyników;
- kompetencje cyfrowe: analiza KPI i wykorzystywanie danych do optymalizacji;
- zielone kompetencje: ograniczanie nieskutecznych kampanii i niepotrzebnych testów, analiza wyników przed zwiększaniem skali wysyłki oraz ograniczanie zbędnego obciążenia infrastruktury cyfrowej.

Blok 7. Podsumowanie i plan wdrożenia

- Q&A;
- karta „3 rzeczy, które wdrażam w tym tygodniu”;
- materiały po szkoleniu;
- każdy uczestnik wskazuje jedno usprawnienie cyfrowe i jedną praktykę ograniczającą zbędne treści, pliki, wysyłki lub przechowywane dane;
- odniesienie do zasad 6R i odpowiedzialnego korzystania z technologii.

Harmonogram szkolenia

- Harmonogram wskazany w Karcie Usługi został przygotowany jako harmonogram bazowy. Zależy nam, aby organizacja szkolenia w możliwie największym stopniu odpowiadała potrzebom uczestników, dlatego po zebraniu grupy zachęcamy uczestników do przekazania swoich preferencji dotyczących dni i godzin zajęć.
- Jeżeli potrzeby całej grupy będą przemawiały za zmianą terminów poszczególnych spotkań, jesteśmy otwarci na odpowiednie dostosowanie opublikowanego harmonogramu – w zakresie dopuszczonym przez zasady BUR i po uwzględnieniu wymagań Operatora finansującego usługę. Każda ewentualna zmiana zostanie wcześniej wprowadzona do Karty Usługi w BUR, tak aby uczestnicy mieli dostęp do aktualnego harmonogramu.
- **Naszym celem jest stworzenie takich warunków organizacyjnych, aby uczestnicy mogli w pełni skorzystać ze szkolenia, pogodzić udział w zajęciach z obowiązkami zawodowymi i prywatnymi oraz aktywnie uczestniczyć w całym procesie kształcenia.**
- Osoby zainteresowane udziałem w szkoleniu zachęcamy do kontaktu jeszcze przed rozpoczęciem usługi i przekazania swoich preferencji czasowych. W miarę możliwości organizacyjnych oraz przy zgodności z wymaganiami BUR i Operatora będziemy dążyć do uwzględnienia potrzeb całej grupy.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Blok 0. Otwarcie / rozmowa na żywo, ankieta wstępna, omówienie celów i oczekiwań uczestników	Zajęcia	Adam Łopusiewicz	22-10-2026	09:00	09:15	00:15
2 z 14 Blok 1. Czym jest e-mail marketing i dlaczego działa / prezentacja, case study, ćwiczenie i rozmowa na żywo	Zajęcia	Adam Łopusiewicz	22-10-2026	09:15	10:00	00:45
3 z 14 -	Przerwa	-	22-10-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 14 Blok 2. Budowa i segmentacja listy mailingowej / ćwiczenia, analiza przykładów, rozmowa na żywo i współdzielenie ekranu	Zajęcia	Adam Łopusiewicz	22-10-2026	10:15	11:00	00:45
5 z 14 Blok 3. Kampanie sprzedażowe i automatyzacje / ćwiczenia, mapowanie customer journey, analiza przypadków	Zajęcia	Adam Łopusiewicz	22-10-2026	11:00	12:00	01:00
6 z 14 -	Przerwa	-	22-10-2026	12:00	12:30	00:30
7 z 14 Blok 4. Warsztat: budowa kampanii w Ecomail / ćwiczenia praktyczne, pokaz trenerski i współdzielenie ekranu	Zajęcia	Adam Łopusiewicz	22-10-2026	12:30	13:45	01:15
8 z 14 -	Przerwa	-	22-10-2026	13:45	14:00	00:15
9 z 14 Blok 5. Copywriting sprzedażowy w e-mailu / ćwiczenia, analiza treści, feedback i rozmowa na żywo	Zajęcia	Adam Łopusiewicz	22-10-2026	14:00	14:45	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 14 Blok 6. Mierzenie efektów i optymalizacja / analiza KPI, testy A/B, deliverability, ćwiczenia i pokaz	Zajęcia	Adam Łopusiewicz	22-10-2026	14:45	15:30	00:45
11 z 14 -	Przerwa	-	22-10-2026	15:30	15:45	00:15
12 z 14 Blok 7. Podsumowanie i plan wdrożenia / Q&A, karta wdrożeniowa, rozmowa na żywo	Zajęcia	Adam Łopusiewicz	22-10-2026	15:45	16:15	00:30
13 z 14 Ćwiczenie wdrożeniowe: kampania z elementami cyfrowymi i zielonymi / praca własna, analiza i feedback	Zajęcia	Adam Łopusiewicz	22-10-2026	16:15	16:45	00:30
14 z 14 -	Walidacja	ALEKSANDRA WRÓBEL	26-10-2026	09:00	09:15	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	08:00
w tym suma godzin zajęć	06:30
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	01:15
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	09:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	720,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	720,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	08:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

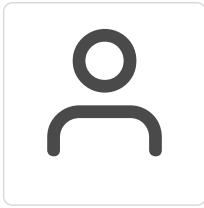
Adam Łopusiewicz

Wykształcenie:
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Doświadczenie:
02- 2018 – obecnie
- prowadzenie szkoleń z podstaw wykorzystania sztucznej inteligencji w biznesie i w marketingu, - przygotowanie strategii content marketingowych, - montaż i edycja sesji mentoringowych, - montaż i edycja rolek, - przygotowanie grafik (Canva, Figma) na potrzeby social mediów, - przygotowanie treści postów, - obsługa Meta Ads, LinkedIn Ads, Google Ads, - zarządzanie projektami marketingowymi, - zarządzanie treściami SEO

02-2018 – 08-2024 Redaktor naczelny– automatyzacja procesu pozyskania wiedzy eksperckiej, publikacji i promocji artykułu, – automatyzacja procesu realizacji artykułów sponsorowanych, – współpraca z działem sprzedaży i marketingu, – tworzenie strategii rozwoju portalu, – tworzenie strategii SEO, – ustalenie KPI i mierzenie efektów działań, – praca nad rozwojem zespołu, jak i umiejętności pojedynczych współpracowników, – dzielenie się wiedzą i wsparcie redakcji RocketSpace oraz blog.hellohr.pl.
Osiągnięcia: – przeprowadziłem ponad 250 wywiadów z polskimi programistami–napisałem ponad

800 artykułów skierowanych do branży IT, – współpracowałem z ponad 400 autorami zewnętrznymi, – zrealizowałem akcję Od Juniora do Seniora, w której połączyliśmy 100 juniorów z seniorami, by uzyskać od nich spersonalizowany feedback, – współpracowałem nad contentem dla takich marek jak Ericsson, Allegro, Bosch, Intel, Revolut czy Netguru,



2 z 2

ALEKSANDRA WRÓBEL

Posiada tytuł magistra ekonomii w zakresie finanse i rachunkowość. Posiada ukończone szkolenia z zakresu kadr i płac, rachunkowości i księgowości zdobyte w przeciągu ostatnich 5 lat. Od 2011 roku - obecnie w Ośrodku Szkolenia Doksztalcania i Doskonalenia Kadr KURSOR zajmuje się m.in. organizacją i nadzorem nad szkoleniami, rozliczeniami finansowymi, księgowymi oraz kadrowo – płacowymi - posiada doświadczenie zawodowe zdobyte w przeciągu ostatnich 5 lat.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Prezentacja (slajdy) do bloków teoretycznych
- Konto testowe Ecomail dla każdego uczestnika (założone przed szkoleniem)
- Arkusz ćwiczeniowy (segmentacja, mapa customer journey, karta wdrożeniowa)
- Checklisty do pobrania: RODO w e-mail marketingu, checklist wysyłki kampanii, checklist deliverability

Warunki uczestnictwa

Wymagana jest podstawowa obsługa komputera.

Obowiązek uczestnictwa w co najmniej 80% zajęć – czas zalogowania w platformie Zoom.

Podczas szkolenia obowiązkowe jest korzystanie z kamery internetowej przez uczestników - w uzasadnionych przypadkach możliwe ustalenie alternatywy.

Podstawą potwierdzenia udziału w usłudze zdalnej jest raport z platformy umożliwiający identyfikację uczestników oraz czas ich udziału.

Informacje dodatkowe

Zawarto umowę:

- WUP w Toruniu w ramach Projektu Kierunek - Rozwój.
- W odniesieniu do projektów „Małopolski pociąg do kariery – sezon 1” i „Nowy start w Małopolsce z EURESem” obowiązuje podpisany regulamin współpracy i rozliczenia usług z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych.
- WUP w Szczecinie – Projekt Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.

Warunki techniczne

Warunki techniczne szkolenia na platformie Zoom:

1. Sprzęt komputerowy:
 - Wymagany komputer z dostępem do internetu wraz z kamerą oraz kamerą.
2. Przeglądarka internetowa
 - Zalecane przeglądarki: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari.
3. Stabilne połączenie internetowe:
4. Platforma Zoom:

- Konieczne pobranie i zainstalowanie najnowszej wersji aplikacji Zoom przed szkoleniem.
- Aktywne konto Zoom (możliwość utworzenia bezpłatnego konta).

5. Dźwięk i słuchawki:

- Zalecane użycie słuchawek z mikrofonem dla lepszej jakości dźwięku.
- Sprawdzenie działania dźwięku przed rozpoczęciem szkolenia.

6. Przygotowanie przed sesją:

- Testowanie sprzętu i połączenia przed planowanym szkoleniem.
- Zapewnienie cichego miejsca pracy dla minimalizacji zakłóceń.

7. Zaplanowane przerwy:

- Uwzględnienie krótkich przerw w grafiku dla odpoczynku uczestnika

Zapewnienie powyższych warunków technicznych umożliwi płynny przebieg szkolenia na platformie Zoom, zminimalizuje zakłócenia i zagwarantuje efektywną interakcję między prowadzącym a uczestnikiem

Kontakt



ALEKSANDRA WRÓBEL

E-mail a.wrobel@kursor.edu.pl

Telefon (+48) 535 170 007