



MULTIPROJECT

Daria Wójcik

★★★★★ 4,9 / 5

167 ocen

Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing). Szkolenie zakończone kwalifikacją ZSK.

Numer usługi 2026/09/14/169637/3810061

📍 Topola Mała

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 28:15 h

📅 09.12.2026 do 21.12.2026

5 210,00 PLN brutto

5 210,00 PLN netto

184,42 PLN brutto/h

184,42 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Usługa skierowana jest do osób dorosłych zainteresowanych rozwijaniem kompetencji w obszarze content marketingu, obejmujących strategiczne planowanie, tworzenie oraz dystrybucję wartościowych i angażujących treści. Adresowana jest do osób, które chcą podnieść jakość komunikacji marketingowej, skuteczniej docierać do określonych grup odbiorców oraz świadomie wykorzystywać treści do realizacji celów promocyjnych i biznesowych.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	08-12-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestnika do samodzielnego planowania, tworzenia, publikowania i dystrybuowania treści marketingowych dopasowanych do potrzeb odbiorców i wybranych kanałów komunikacji. Po zakończeniu szkolenia uczestnik będzie przygotowany do opracowania planu działań content marketingowych, tworzenia treści tekstowych, graficznych i audiowizualnych oraz monitorowania i optymalizacji ich skuteczności.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik redaguje tekst dostosowany do kanału dystrybucji	Uczestnik rozróżnia rodzaje/gatunki tekstów tworzonych dla wybranych kanałów dystrybucji	Test teoretyczny
	Uczestnik sporządza tekst odpowiedni do kanału dystrybucji na podstawie tekstu źródłowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik optymalizuje treści dla potrzeb marketingu w wyszukiwarkach (SEM, SEO, PPC)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik omawia zasady przygotowania treści zgodnie z obowiązującym standardem WCAG	Test teoretyczny
Uczestnik opracowuje materiały graficzne	Uczestnik rozróżnia rodzaje materiałów graficznych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik wymienia źródła materiałów graficznych	Test teoretyczny
	Uczestnik charakteryzuje formaty plików graficznych	Test teoretyczny
	Uczestnik tworzy scenariusz sesji zdjęciowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik wykonuje zdjęcia zgodnie z zasadami kompozycji	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik stosuje programy i aplikacje do obróbki zdjęć (kadrowanie, napisy, filtry)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik dostosowuje plik graficzny do kanału dystrybucji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik przygotowuje wytyczne dla grafika komputerowego	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik opracowuje materiały audiowizualne	Uczestnik rozróżnia rodzaje/gatunki materiałów audiowizualnych	Test teoretyczny
	Uczestnik określa cel materiału audiowizualnego	Test teoretyczny
	Uczestnik tworzy scenariusz materiału audiowizualnego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik przygotowuje wytyczne dla wykonawcy materiału audiowizualnego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik omawia zasady przygotowania materiałów AV zgodnie ze standardem WCAG	Test teoretyczny
Uczestnik analizuje strategię marketingową przedsiębiorstwa	Uczestnik omawia dostępne działania marketingowe służące przygotowaniu treści marketingowych	Test teoretyczny
	Uczestnik analizuje narzędzia marketingowe stosowane w przedsiębiorstwie (strona WWW, social media, blogi, fora, portale, artykuły prasowe, materiały drukowane) pod kątem treści marketingowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik charakteryzuje działania marketingowe podejmowane w przedsiębiorstwach o zbliżonym profilu działalności	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik sporządza prezentację dotyczącą strategii marketingowej przedsiębiorstwa	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik planuje działania związane z opracowaniem i dystrybucją treści marketingowych	Uczestnik rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby przedsiębiorstwa na podstawie wywiadu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik identyfikuje docelowe grupy odbiorców treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik określa cele działań w zakresie treści marketingowych i wskaźniki ich realizacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik charakteryzuje kanały dystrybucji treści marketingowych	Test teoretyczny
	Uczestnik dobiera kanały dystrybucji do grup odbiorców oraz rodzaju treści	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik wyszukuje tematy do tworzenia treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik omawia zasady tworzenia treści (słowa kluczowe, multimedia, atrakcyjność i perswazyjność przekazu)	Test teoretyczny
	Uczestnik omawia przepisy prawa autorskiego i RODO w zakresie korzystania z utworu	Test teoretyczny
	Uczestnik planuje wykorzystanie zasobów wewnętrznych i zewnętrznych do tworzenia treści	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik tworzy harmonogram oraz określa zadania zespołu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik tworzy budżet opracowania i dystrybucji treści marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik sporządza plan działań związanych z treściami marketingowymi	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik publikuje treści marketingowe	Uczestnik tworzy proste strony internetowe (w tym landing pages)	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik omawia znaczniki HTML oraz CSS według standardu W3C	Test teoretyczny
	Uczestnik wymienia systemy zarządzania treścią (CMS) oraz sprzedażowe (e-commerce)	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kwalifikacje włączone do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji

Kwalifikacje	Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)
Kod kwalifikacji zarejestrowanej w ZRK	12629
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	KORYCKI & GRACZYK CONSULTING GROUP spółka z ograniczoną odpowiedzialnością https://www.korycki-graczyk.pl/
Nazwa Podmiotu certyfikującego	KORYCKI & GRACZYK CONSULTING GROUP spółka z ograniczoną odpowiedzialnością https://www.korycki-graczyk.pl/

Program

Szkolenie trwa 28 godzin 15 min:

1. Zajęcia teoretyczne w wymiarze 8 h
2. Zajęcia praktyczne w wymiarze 13 h
3. Walidacja w wymiarze 4 h
4. Przerwy w wymiarze 3 h 15 min

Przerwy wliczają się w czas trwania szkolenia.

ZAKRES TEMATYCZNY SZKOLENIA:

DZIEŃ 1:

STRATEGICZNE PLANOWANIE CONTENT MARKETINGU

- analiza strategii marketingowej i kierunków komunikacji marki,
- identyfikacja potrzeb komunikacyjnych i marketingowych,
- analiza działań marketingowych prowadzonych w dostępnych kanałach,
- analiza komunikacji i działań content marketingowych konkurencji,
- określanie grup docelowych i charakterystyka odbiorców treści,

- definiowanie celów działań content marketingowych,
- dobór mierników i wskaźników efektywności (KPI),
- określanie kluczowych tematów i obszarów komunikacji,
- przygotowanie założeń strategii content marketingowej.

(teoria 2 h, praktyka 1 h)

PLANOWANIE I ORGANIZACJA DZIAŁAŃ CONTENT MARKETINGOWYCH

- identyfikacja i selekcja tematów odpowiadających potrzebom odbiorców,
- dobór formatów treści do celu komunikacyjnego,
- charakterystyka kanałów dystrybucji treści,
- dobór kanałów do grupy docelowej i rodzaju treści,
- planowanie zasobów niezbędnych do realizacji działań,
- organizacja współpracy z wykonawcami i dostawcami,
- podział zadań i odpowiedzialności w zespole,
- tworzenie harmonogramu publikacji,
- planowanie budżetu działań content marketingowych,
- opracowanie kompleksowego planu działań content marketingowych.

(teoria 1 h, praktyka 1 h)

COPYWRITING I TWORZENIE TREŚCI TEKSTOWYCH

- charakterystyka rodzajów i formatów treści marketingowych,
- zasady tworzenia treści dopasowanych do kanału komunikacji,
- konstrukcja angażującego i perswazyjnego przekazu,
- tworzenie nagłówków, leadów i wezwań do działania (CTA),
- wykorzystanie storytellingu w komunikacji marketingowej,
- tworzenie treści do stron internetowych, blogów i mediów społecznościowych,
- dobór i wykorzystanie słów kluczowych,
- podstawy optymalizacji treści pod kątem SEO, SEM i PPC,
- dostosowanie treści do potrzeb i możliwości odbiorców,
- zasady dostępności treści zgodnie ze standardem WCAG,
- prawa autorskie i zasady korzystania z cudzych materiałów,
- RODO w kontekście wykorzystywania treści i materiałów.

(teoria 1 h, praktyka 1 h)

DZIEŃ 2:

PROJEKTOWANIE I OPRACOWYWANIE TREŚCI GRAFICZNYCH

- rodzaje i zastosowanie materiałów graficznych w marketingu,
- dobór formatu grafiki do kanału publikacji,
- źródła pozyskiwania materiałów graficznych i zasady ich legalnego wykorzystania,
- podstawowe zasady kompozycji, kadrowania i estetyki przekazu,
- planowanie i przygotowanie sesji zdjęciowej,
- wykonywanie zdjęć na potrzeby komunikacji marketingowej,
- podstawowa obróbka zdjęć i materiałów graficznych,
- kadrowanie, skalowanie, napisy i filtry,
- przygotowanie materiałów do publikacji w różnych kanałach,
- tworzenie wytycznych i briefu dla grafika komputerowego.

(teoria 1 h, praktyka 1 h)

TWORZENIE TREŚCI AUDIOWIZUALNYCH I VIDEO MARKETINGOWEGO

- rodzaje i formaty materiałów audiowizualnych,
- dobór formatu video do celu marketingowego i kanału dystrybucji,
- określanie celu i grupy odbiorców materiału,
- konstrukcja scenariusza materiału audiowizualnego,
- planowanie ujęć i przebiegu materiału,
- przygotowanie koncepcji krótkich form video do mediów społecznościowych,
- opracowanie wytycznych dla wykonawcy materiału audiowizualnego,
- zasady spójności przekazu wizualnego z komunikacją marki,

- podstawowe zasady dostępności materiałów audiowizualnych zgodnie z WCAG.

(teoria 1 h, praktyka 1 h)

PUBLIKOWANIE I DYSTRYBUCJA TREŚCI W KANAŁACH CYFROWYCH

- przygotowanie treści do publikacji w różnych kanałach cyfrowych,
- podstawy tworzenia i struktury landing page,
- zastosowanie podstawowych znaczników HTML i CSS,
- charakterystyka systemów CMS i platform e-commerce,
- wprowadzanie i formatowanie treści w systemach CMS,
- przygotowanie treści do publikacji w mediach społecznościowych,
- planowanie dystrybucji treści w kanałach własnych i zewnętrznych,
- dobór kanałów dystrybucji do odbiorców i celów kampanii,
- planowanie częstotliwości i kolejności publikacji,
- podstawy automatyzacji działań marketingowych.

(teoria 1 h, praktyka 2 h)

DZIEŃ 3:

MONITOROWANIE, ANALIZA I OPTYMALIZACJA EFEKTYWNOŚCI TREŚCI

- znaczenie monitorowania efektów działań content marketingowych,
- charakterystyka narzędzi do monitorowania ruchu internetowego,
- dobór narzędzi analitycznych do kanału dystrybucji,
- analiza podstawowych wskaźników skuteczności treści,
- monitorowanie reakcji i zaangażowania odbiorców,
- analiza treści publikowanych w mediach społecznościowych,
- identyfikacja treści generujących największe zaangażowanie,
- ocena skuteczności poszczególnych formatów i kanałów,
- identyfikacja obszarów wymagających optymalizacji,
- modyfikowanie treści, grafik i materiałów audiowizualnych na podstawie wyników,
- optymalizacja doboru kanałów i sposobów dystrybucji.

(teoria 1 h, praktyka 2 h)

PRAKTYCZNE OPRACOWANIE STRATEGII CONTENT MARKETINGOWEJ

- analiza przykładowej marki i jej potrzeb komunikacyjnych,
- określenie grupy docelowej i profilu odbiorcy,
- zdefiniowanie celu kampanii i wskaźników KPI,
- opracowanie kluczowych tematów i filarów komunikacji,
- dobór formatów i kanałów dystrybucji,
- przygotowanie przykładowych treści tekstowych,
- opracowanie koncepcji materiału graficznego,
- przygotowanie scenariusza materiału audiowizualnego,
- opracowanie kalendarza publikacji,
- określenie zasobów i podziału zadań,
- zaplanowanie monitorowania efektów,
- opracowanie sposobu optymalizacji działań na podstawie wyników,
- prezentacja i omówienie przygotowanego projektu.

(teoria —, praktyka 4 h)

DZIEŃ 4:

WALIDACJA

Część teoretyczna walidacji odbywa się **stacjonarnie**, w specjalnie przygotowanej sali komputerowej. Uczestnik przystępuje do testu teoretycznego przy samodzielnym stanowisku egzaminacyjnym wyposażonym w laptop z dostępem do internetu. Test składa się z **5 rozbudowanych pytań otwartych** i służy sprawdzeniu wiedzy odnoszącej się do efektów uczenia się wskazanych dla kwalifikacji. Egzamin przeprowadzamy na platformie Testportal z wykorzystaniem funkcji „Uczciwy Rozwiązujący”, która ogranicza możliwość korzystania z innych aplikacji i dodatkowych kart przeglądarki.

Część praktyczna walidacji odbywa się stacjonarnie, po zakończeniu części teoretycznej i przerwie organizacyjnej. Uczestnik realizuje zadanie praktyczne w formie **studium przypadku**, stanowiącego symulację sytuacji zawodowej związanej z planowaniem, tworzeniem, publikowaniem, dystrybuowaniem i oceną treści marketingowych. Na podstawie opisu przypadku uczestnik odpowiada na **5 rozbudowanych pytań otwartych** o charakterze praktycznym. Zadanie wykonywane jest przy samodzielnym stanowisku komputerowym wyposażonym w laptop oraz oprogramowanie umożliwiające opracowanie wymaganych rezultatów.

(walidacja 4 h)

DODATKOWE INFORMACJE:

Z przyczyn niezależnych od wykonawcy (np. sytuacje losowe) harmonogram szkolenia może zostać nieznacznie zmieniony. Wszystkie aktualne informacje są dostępne u Wykonawcy oraz przekazywane Operatorowi.

Infrastruktura i wyposażenie:

Usługa realizowana jest w sali szkoleniowej spełniającej standardy BHP, dostosowanej do liczby uczestników i charakteru zajęć. Każdy uczestnik ma zapewnione indywidualne stanowisko pracy wyposażone w niezbędny sprzęt techniczny, dostęp do Internetu, komputer oraz materiały piśmiennicze.

Materiały szkoleniowe:

Uczestnicy otrzymują aktualne materiały szkoleniowe w formie papierowej, zgodne z programem i wspierające osiągnięcie efektów uczenia się. Materiały pozostają własnością uczestników.

Kadra dydaktyczna i walidacja:

Szkolenie prowadzą trenerzy posiadający odpowiednie doświadczenie zawodowe i kompetencje dydaktyczne. Walidację efektów uczenia się przeprowadza jednostka zewnętrzna.

W ramach szkolenia przewidziano okresową weryfikację efektów uczenia się, prowadzoną przez trenerów . Weryfikacja obejmuje bieżącą ocenę postępów uczestnika w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, realizowaną poprzez obserwację pracy, zadania praktyczne oraz informację zwrotną, umożliwiającą dostosowanie procesu szkoleniowego do indywidualnych potrzeb uczestnika.

Dostępność i zasady horyzontalne:

Miejsce realizacji usługi i materiały są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami zgodnie z zasadą równego traktowania. Możliwe jest zastosowanie racjonalnych usprawnień po wcześniejszym zgłoszeniu potrzeb.

Monitoring i organizacja:

Podczas szkolenia prowadzona jest dokumentacja realizacji usługi, w tym lista obecności potwierdzająca udział uczestników.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 STRATEGICZNE PLANOWANIE CONTENT MARKETINGU	Zajęcia	Kacper Tomaszewski	09-12-2026	08:00	11:00	03:00
2 z 14 -	Przerwa	-	09-12-2026	11:00	12:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 14 PLANOWANIE I ORGANIZACJA DZIAŁAŃ CONTENT MARKETINGOWYCH	Zajęcia	Kacper Tomaszewski	09-12-2026	12:00	14:00	02:00
4 z 14 COPYWRITING I TWORZENIE TREŚCI TEKSTOWYCH	Zajęcia	Kacper Tomaszewski	09-12-2026	14:00	16:00	02:00
5 z 14 PROJEKTOWANIE I OPRACOWYWANIE TREŚCI GRAFICZNYCH	Zajęcia	MONIKA WANICKA	10-12-2026	08:00	10:00	02:00
6 z 14 TWORZENIE TREŚCI AUDIOWIZUALNYCH I VIDEO MARKETINGOWEGO	Zajęcia	MONIKA WANICKA	10-12-2026	10:00	12:00	02:00
7 z 14 -	Przerwa	-	10-12-2026	12:00	13:00	01:00
8 z 14 PUBLIKOWANIE I DYSTRYBUCJA TREŚCI W KANAŁACH CYFROWYCH	Zajęcia	MONIKA WANICKA	10-12-2026	13:00	16:00	03:00
9 z 14 MONITOROWANIE, ANALIZA I OPTYMALIZACJA EFEKTYWNOŚCI TREŚCI	Zajęcia	MONIKA WANICKA	11-12-2026	08:00	11:00	03:00
10 z 14 -	Przerwa	-	11-12-2026	11:00	12:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 14 PRAKTYCZNE OPRACOWANIE STRATEGII CONTENT MARKETINGOWEJ	Zajęcia	MONIKA WANICKA	11-12-2026	12:00	16:00	04:00
12 z 14 -	Walidacja	-	21-12-2026	09:00	11:00	02:00
13 z 14 -	Przerwa	-	21-12-2026	11:00	11:15	00:15
14 z 14 -	Walidacja	-	21-12-2026	11:15	13:15	02:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	28:15
w tym suma godzin zajęć	21:00
w tym suma godzin walidacji	04:00
w tym suma przerw	03:15
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	33:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 210,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 210,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	184,42 PLN
Koszt osobogodziny netto	184,42 PLN

W tym koszt walidacji brutto	700,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	700,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	222,50 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	222,50 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	28:15

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

MONIKA WANICKA

Praktyk marketingu internetowego, doradca biznesowy i analityk z ponad 9-letnim doświadczeniem w branży digital marketingu i e-commerce (od 2017 roku do teraz). Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu (licencjat: Analityka gospodarcza). Przeprowadziła ponad 300 godzin doradztwa, wdrożeń i konsultacji marketingowych, współpracując z blisko 100 firmami z 14 branż. Specjalizuje się w data-driven content marketingu: od planowania strategii i analizy grup docelowych, przez tworzenie treści zorientowanych na UX/SEO i konwersję, aż po dystrybucję w kanałach płatnych/organicznym (Meta Ads, Google Ads, systemy CMS) i pomiar ROI w GA4. Szkolenia prowadzi metodą warsztatową w oparciu o analizę realnych case studies i narzędzia cyfrowe.



2 z 2

Kacper Tomaszewski

Doświadczony twórca internetowy i producent treści wideo, ściśle wyspecjalizowany w formatach dedykowanych nowoczesnym platformom społecznościowym - od 2023 do obecnie. Przez trzy lata odpowiadał za tworzenie i rozwój angażującego contentu dla Agory, największej grupy mediowej w Polsce. Realizowane przez niego projekty wideo wygenerowały łącznie wielomilionowe zasięgi, udowadniając jego wysoką skuteczność w budowaniu zaangażowania i precyzyjnym docieraniu do szerokich grup odbiorców. W swojej pracy łączy zaawansowany warsztat produkcyjny i montażowy ze strategicznym rozumieniem dynamiki mediów cyfrowych, co pozwala mu realizować skalowalne projekty audiowizualne o wysokim potencjale wizerunkowym oraz komercyjnym.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje na własność komplet autorskich materiałów szkoleniowych w formie skryptu, który stanowi uporządkowane kompendium wiedzy teoretycznej i praktycznej z zakresu realizowanego szkolenia. Materiały są zgodne z programem usługi i wspierają proces przyswajania oraz utrwalania efektów uczenia się.

Warunki uczestnictwa

Warunki uczestnictwa:

- ukończenie 18 lat

Informacje dodatkowe

- Cena szkolenia nie obejmuje kosztów dojazdu uczestników ani ich zakwaterowania.**
- Szkolenie zostało przygotowane zgodnie z obowiązującym Regulaminem Bazy Usług Rozwojowych.
- Prezentowana usługa szkoleniowa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych i podlega zwolnieniu z podatku VAT** (na podstawie Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r.: § 3 ust.1 pkt. 14). W przypadku braku dofinansowania lub przyznania wsparcia poniżej 70% do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.
- Uczestnik szkolenia ma obowiązek uczestniczyć w minimum 80% zajęć, aby osiągnąć zakładane efekty uczenia się.**

Adres

ul. Szkolna 8
63-400 Topola Mała
woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



DARIA WÓJCIK

E-mail multiproject.biuro@gmail.com

Telefon (+48) 601 744 790