



LINDA PARYS

★★★★★ 5,0 / 5

5 ocen

Budowanie odpowiedzialnej marki osobistej i komunikacji marketingowej z wykorzystaniem AI - szkolenie

Numer usługi 2026/10/26/194906/3905716

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👤 Zajęcia indywidualne
- 🕒 27:00 h
- 📅 02.11.2026 do 22.12.2026

6 642,00 PLN brutto
5 400,00 PLN netto
246,00 PLN brutto/h
200,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do przedsiębiorców i pracowników mikro, małych i średnich przedsiębiorstw oraz innych pracodawców i ich pracowników, którzy w ramach wykonywanej pracy lub prowadzonej działalności odpowiadają za rozwój marki, marketing, komunikację lub tworzenie treści.

Uczestnikami mogą być w szczególności właściciele firm oraz osoby zajmujące się budowaniem marki osobistej lub firmowej, komunikacją z klientami, mediami społecznościowymi i content marketingiem, które chcą rozwinąć kompetencje w zakresie projektowania spójnej i odpowiedzialnej komunikacji, wykorzystania narzędzi AI oraz komunikowania wartości i działań środowiskowych.

Nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie w zakresie zrównoważonego rozwoju ani wykorzystania AI. Wymagana jest podstawowa umiejętność korzystania z komputera i Internetu.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

31-10-2026

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

Usługa „Budowanie odpowiedzialnej marki osobistej i komunikacji marketingowej z wykorzystaniem AI” przygotowuje do samodzielnego projektowania i prowadzenia spójnej komunikacji marki poprzez określanie jej wartości, wyróżników i propozycji wartości, dobór komunikatów i kanałów do grupy odbiorców, planowanie systemu treści i ich ponownego wykorzystania, tworzenie i weryfikację treści z wykorzystaniem narzędzi AI oraz formułowanie rzetelnych komunikatów środowiskowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady budowania marki opartej na wartościach (Meaningful Branding)	rozdziela wartości, wyróżniki marki, USP i propozycję wartości	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje znaczenie wartości osobistych i biznesowych w budowaniu marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozpoznaje elementy odpowiedzialności środowiskowej w strategii marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Dobiera sposób komunikacji marki do potrzeb i charakterystyki grupy odbiorców	identyfikuje potrzeby, problemy, bariery i motywacje odbiorców	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdziela kąty marketingowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dobiera komunikaty do określonej grupy odbiorców i celu komunikacyjnego	Analiza dowodów i deklaracji
Charakteryzuje zasady projektowania spójnego ekosystemu komunikacji marki	rozdziela funkcje social mediów, strony internetowej, newslettera i działań bezpośrednich	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje punkty styku odbiorcy z marką	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dobiera kanały komunikacji do określonego celu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdziela treści eksperckie, wizerunkowe, relacyjne i sprzedażowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dobiera rodzaj treści do celu komunikacyjnego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Dobiera treści do celów komunikacji marki	przygotowuje bank tematów przypisanych do filarów komunikacji	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje zasady efektywnego i odpowiedzialnego wykorzystania treści	rozpoznaje możliwości ponownego wykorzystania treści w różnych kanałach	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	opracowuje plan wykorzystania jednego materiału w co najmniej 3 kanałach lub formatach	Analiza dowodów i deklaracji
	wskazuje rozwiązania ograniczające zbędne powielanie i produkcję materiałów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	identyfikuje ogólne, nieprecyzyjne lub nieuzasadnione deklaracje środowiskowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Identyfikuje ryzyko greenwashingu w komunikacji marketingowej	rozdziela rzetelne komunikaty od komunikatów stwarzających ryzyko greenwashingu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje informacje wymagające weryfikacji przed publikacją deklaracji środowiskowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje formaty komunikacji marki w Instagramie	rozdziela funkcje postów, karuzel, Reels i Stories	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dobiera format do celu komunikacyjnego i odbiorcy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	identyfikuje ryzyko greenwashingu w treściach publikowanych w mediach społecznościowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Formułuje propozycję wartości marki	Określa wartości i wyróżniki własnej marki lub marki firmy	Analiza dowodów i deklaracji
	Formułuje USP i propozycję wartości oparte na wskazanych wyróżnikach	Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje, które elementy propozycji wartości opierają się na faktycznie realizowanych działaniach środowiskowych	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wyjaśnia zasady wykorzystania narzędzi AI w tworzeniu treści marketingowych	Wskazuje sposoby wykorzystania AI do generowania, rozwijania i adaptowania treści	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wymienia elementy treści wygenerowanej przez AI wymagające weryfikacji przed publikacją (fakty, deklaracje środowiskowe, zgodność z tone of voice)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Koryguje komunikaty środowiskowe obarczone ryzykiem greenwashingu	Wskazuje w przykładowym komunikacie elementy stwarzające ryzyko greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji
	Przeformułowuje komunikat na wersję konkretną i możliwą do uzasadnienia, wskazując podstawę deklaracji	Analiza dowodów i deklaracji
Tworzy koncepcję karuzeli na Instagram z wykorzystaniem AI	przygotowuje koncepcję karuzeli zawierającą hook, rozwinięcie (storytelling) i CTA	Analiza dowodów i deklaracji
	modyfikuje treść wygenerowaną przez AI, dostosowując ją do tone of voice marki	Analiza dowodów i deklaracji
Ocenia rzetelność treści marketingowych przed ich publikacją	uzasadnia decyzję o publikacji, korekcie lub odrzuceniu treści wygenerowanej przez AI	Analiza dowodów i deklaracji
	wskazuje konsekwencje publikacji nierzetelnych deklaracji środowiskowych dla wiarygodności marki i odbiorców	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 wyrażnie 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

Moduł 1. Meaningful Branding i fundamenty odpowiedzialnej marki osobistej

1. Meaningful Branding i wartości marki

- marka osobista jako narzędzie realizacji celów zawodowych i biznesowych,
- meaningful branding – marka oparta na znaczeniu i wartościach,
- wartości osobiste i biznesowe a wartości marki,
- zasady zrównoważonego rozwoju w budowaniu marki,
- odpowiedzialność środowiskowa jako element strategii komunikacyjnej,
- identyfikacja fundamentów własnej marki.

2. Unikatowe „dlaczego”, USP i propozycja wartości

- doświadczenie i kompetencje jako źródła wyróżników,
- identyfikacja przewagi marki,
- formułowanie USP i propozycji wartości,
- uwzględnianie aspektów środowiskowych w propozycji wartości,
- odróżnianie rzeczywistych działań środowiskowych od deklaracji marketingowych,
- wykorzystanie fundamentów marki w storytellingu.

3. Unique Brand Vibe i odpowiedzialny storytelling

- charakter i wyróżniki marki,
- Unique Brand Vibe,
- autentyczność i wiarygodność komunikacji,
- odpowiedzialne komunikowanie wartości i działań środowiskowych,
- podstawy storytellingu marki,
- projektowanie fundamentów własnej marki.

Moduł 2. Pozycjonowanie, odbiorcy i odpowiedzialna komunikacja

4. Grupy odbiorców i kąty marketingowe

- identyfikacja grup odbiorców,
- potrzeby, problemy, bariery i motywacje odbiorców,
- język odbiorców,
- kąty marketingowe,
- odpowiedzialne wykorzystywanie argumentów środowiskowych w komunikacji,
- przełożenie potrzeb odbiorców na komunikację marki.

Moduł 3. Punkty styku z klientem i omnichannel

5. Ekosystem komunikacji marki

- ścieżka odbiorcy i punkty styku z marką,
- social media, strona internetowa, newsletter i działania bezpośrednie,
- funkcje poszczególnych kanałów,
- omnichannel,
- spójność deklaracji i informacji środowiskowych w różnych kanałach,
- projektowanie spójnego doświadczenia marki.

Moduł 4. Content marketing, efektywne wykorzystanie treści i AI

6. Projektowanie systemu treści

- filary komunikacji,
- treści eksperckie, wizerunkowe, relacyjne i sprzedażowe,
- bank tematów,
- dobór treści do celu komunikacyjnego,
- wykorzystanie AI do generowania pomysłów i wariantów treści,
- ocena i modyfikacja treści wygenerowanych przez AI.

7. Recycling i optymalizacja procesu tworzenia treści

- wykorzystanie jednego materiału w wielu kanałach,
- przekształcanie formatów i evergreen content,
- serie komunikacyjne,
- recycling contentu,
- ograniczanie zbędnego powielania i produkcji materiałów,
- wykorzystanie AI do adaptacji istniejących treści,
- projektowanie efektywnego systemu produkcji contentu.

Moduł 5. Tone of Voice, greenwashing i odpowiedzialna komunikacja środowiskowa

8. Język marki i rzetelne deklaracje środowiskowe

- tone of voice i język marki,
- zasady odpowiedzialnej komunikacji środowiskowej,
- greenwashing i identyfikowanie jego ryzyka,
- ogólne, nieprecyzyjne i nieuzasadnione deklaracje środowiskowe,
- weryfikowanie podstaw komunikatu przed jego publikacją,
- formułowanie rzetelnych i możliwych do uzasadnienia komunikatów środowiskowych,
- analiza i korekta przykładowych komunikatów środowiskowych.

Moduł 6. Instagram – formaty i plan odpowiedzialnej komunikacji

9. Instagram jako element systemu komunikacji

- posty, karuzele, Reels i Stories,
- format a cel komunikacyjny,
- dobór formatów do marki i odbiorcy,
- komunikowanie wartości i działań środowiskowych w social media,
- identyfikacja ryzyka greenwashingu w treściach publikowanych w social media.

10. Tworzenie contentu z wykorzystaniem AI – karuzele i treści statyczne

- konstrukcja karuzeli, hook, storytelling i CTA,
- wykorzystanie AI do tworzenia i rozwijania treści,
- weryfikacja treści wygenerowanych przez AI,
- dostosowywanie komunikatów do tone of voice,
- przygotowanie koncepcji własnej karuzeli.

Opis walidacji

Walidacja efektów uczenia się prowadzona jest z wykorzystaniem dwóch metod. Kryteria weryfikacji dotyczące wiedzy sprawdzane są testem teoretycznym z wynikiem generowanym automatycznie. Kryteria dotyczące praktycznych aspektów efektów uczenia się sprawdzane są metodą analizy dowodów i deklaracji. Walidację przeprowadza osoba niezaangażowana w prowadzenie zajęć w ramach usługi.

Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie przeprowadzany jest w ostatnim dniu usługi, zgodnie z harmonogramem, po zakończeniu zajęć. Test trwa 55 minut i weryfikuje kryteria, którym w Karcie Usługi przypisano metodę „Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie”. Wynik generowany jest automatycznie przez system po zakończeniu testu, bez udziału osoby oceniającej, co zapewnia obiektywność i porównywalność wyników.

W ramach analizy dowodów i deklaracji uczestnicy przygotowują dowody (dzieło) w trakcie trwania usługi, podczas warsztatów praktycznych przewidzianych w programie usługi. Wskazane poniżej warsztaty kończą się wytworzeniem przez uczestnika materiału, który stanowi element dowodu i odpowiada praktycznym kryteriom weryfikacji przypisanym do danego efektu uczenia się. Uczestnik nie wykonuje dodatkowych zadań poza zajęciami. Dowodem są materiały przygotowane w ramach ćwiczeń realizowanych podczas

szkolenia. Elementy dowodów przekazywane są przez uczestnika po zakończeniu danej części warsztatowej. W ramach pozycji „Walidacja” w harmonogramie (po teście) uczestnik finalizuje ostatni element dowodu i przesyła komplet dowodów (pozostałe 10 minut z pozycji "Walidacja").

Uczestnik przygotowuje dwa dowody:

- 1. **Plan komunikacji marki**, przygotowywany etapami podczas warsztatów obejmujący: fundamenty marki, czyli wartości, wyróżniki, USP i propozycję wartości ze wskazaniem faktycznie realizowanych działań środowiskowych); dobór komunikatu do wybranej grupy odbiorców i celu komunikacyjnego ; bank tematów przypisanych do filarów komunikacji ; plan wykorzystania jednego materiału w min. 3 kanałach lub formatach .
- 2. **Materiały komunikacyjne marki**, przygotowywane podczas warsztatów obejmujące: korektę 2 przykładowych komunikatów środowiskowych wraz ze wskazaniem elementów stwarzających ryzyko greenwashingu i uzasadnieniem zmian; koncepcję własnej karuzeli na Instagram (hook, storytelling, CTA) w wersji wygenerowanej przez AI oraz w wersji po korekcie, z uzasadnieniem decyzji o zmianach).

Każdy z elementów dowodów odpowiada kryteriom weryfikacji oznaczonym w Karcie Usługi metodą „Analiza dowodów i deklaracji”, co zapewnia spójność programu usługi, efektów uczenia się i sposobu ich walidacji. Ocena dowodów przeprowadzana jest po zakończeniu usługi, zdalnie, przez Walidatora niezaangażowanego w prowadzenie zajęć. Szczegółowe wytyczne dotyczące wymagań wobec dowodów oraz sposób ich oceny zawarte są w dokumentach walidacyjnych (Scenariusz walidacji, Arkusz oceny). Materiały walidacyjne projektowane są zgodnie z rekomendacjami IBE, zgodnie z którymi analiza dowodów i deklaracji jest adekwatną metodą weryfikacji praktycznych aspektów efektów uczenia się.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 26

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 26 Meaningful Branding i wartości marki cz 1	Zajęcia	Linda Parys	02-11-2026	15:00	16:30	01:30
2 z 26 -	Przerwa	-	02-11-2026	16:30	16:45	00:15
3 z 26 Meaningful Branding i wartości marki cz2	Zajęcia	Linda Parys	02-11-2026	16:45	18:00	01:15
4 z 26 Unikatowe „dlaczego”, USP i propozycja wartości – cz. 1	Zajęcia	Linda Parys	19-11-2026	17:00	18:30	01:30
5 z 26 -	Przerwa	-	19-11-2026	18:30	18:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 26 Unikatowe „dlaczego”, USP i propozycja wartości – cz. 2	Zajęcia	Linda Parys	19-11-2026	18:45	20:00	01:15
7 z 26 Unique Brand Vibe i odpowiedzialny storytelling – cz. 1	Zajęcia	Linda Parys	26-11-2026	17:00	18:30	01:30
8 z 26 -	Przerwa	-	26-11-2026	18:30	18:45	00:15
9 z 26 Unique Brand Vibe i odpowiedzialny storytelling – cz. 2	Zajęcia	Linda Parys	26-11-2026	18:45	20:00	01:15
10 z 26 Grupy odbiorców i kąty marketingowe – cz. 1	Zajęcia	Linda Parys	01-12-2026	17:00	18:30	01:30
11 z 26 -	Przerwa	-	01-12-2026	18:30	18:45	00:15
12 z 26 Grupy odbiorców i kąty marketingowe – cz. 2	Zajęcia	Linda Parys	01-12-2026	18:45	20:00	01:15
13 z 26 Ekosystem komunikacji marki – cz. 1	Zajęcia	Linda Parys	08-12-2026	17:00	18:30	01:30
14 z 26 -	Przerwa	-	08-12-2026	18:30	18:45	00:15
15 z 26 Ekosystem komunikacji marki – cz. 2	Zajęcia	Linda Parys	08-12-2026	18:45	20:00	01:15
16 z 26 Projektowanie systemu treści – cz. 1	Zajęcia	Linda Parys	14-12-2026	15:00	16:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 26 -	Przerwa	-	14-12-2026	16:30	16:45	00:15
18 z 26 Projektowanie systemu treści – cz. 2	Zajęcia	Linda Parys	14-12-2026	16:45	18:00	01:15
19 z 26 Recycling i optymalizacja procesu tworzenia treści – cz. 1	Zajęcia	Linda Parys	18-12-2026	09:00	10:30	01:30
20 z 26 -	Przerwa	-	18-12-2026	10:30	10:45	00:15
21 z 26 Recycling i optymalizacja procesu tworzenia treści – cz. 2	Zajęcia	Linda Parys	18-12-2026	10:45	12:00	01:15
22 z 26 Tone of Voice, greenwashing i odpowiedzialna komunikacja środowiskowa – cz. 1	Zajęcia	Linda Parys	21-12-2026	16:00	17:55	01:55
23 z 26 Instagram jako element systemu komunikacji	Zajęcia	Linda Parys	22-12-2026	16:00	17:30	01:30
24 z 26 -	Przerwa	-	22-12-2026	17:30	17:45	00:15
25 z 26 Tworzenie contentu z wykorzystaniem AI – karuzele i treści statyczne	Zajęcia	Linda Parys	22-12-2026	17:45	19:00	01:15
26 z 26 -	Walidacja	-	22-12-2026	19:00	20:05	01:05

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	27:00
w tym suma godzin zajęć	23:55
w tym suma godzin walidacji	01:05
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	33:15

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 ze zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 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	6 642,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	246,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	27:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Linda Parys

Trenerka kreatywności, strateżka marek, brand coach oraz facylitatorka 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 materiały szkoleniowe w formie elektronicznej, obejmujące treści związane z zakresem realizowanej usługi. Materiały będą zawierały podsumowanie kluczowych zagadnień dotyczących budowania odpowiedzialnej marki, komunikacji marketingowej, content marketingu, wykorzystania AI oraz odpowiedzialnej komunikacji środowiskowej.

Uczestnik otrzyma również materiały pomocnicze do pracy własnej, w tym ćwiczenia i przykłady wykorzystywane podczas zajęć. Materiały zostaną przekazane w formie cyfrowej i będą mogły być wykorzystywane przez uczestnika po zakończeniu usługi do utrwalania i praktycznego stosowania zdobytych kompetencji.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa w usłudze jest wykonywanie zadań zawodowych lub prowadzenie działalności związanej z rozwojem marki, marketingiem, komunikacją, tworzeniem treści lub kontaktem z odbiorcami.

Uczestnik powinien posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera i korzystania z Internetu. Nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie w zakresie zrównoważonego rozwoju ani wykorzystania narzędzi AI.

W przypadku udziału w usłudze w ramach dofinansowania uczestnik musi spełniać warunki udziału określone przez właściwego Operatora oraz dokonać zapisu na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych zgodnie z zasadami projektu.

Informacje dodatkowe

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych. Przerwy są wliczone w czas trwania usługi.

Warunkiem uzyskania dokumentu potwierdzającego nabycie kompetencji jest udział w usłudze oraz uzyskanie pozytywnego wyniku walidacji efektów uczenia się.

Usługa może być realizowana w ramach dofinansowania z Bazy Usług Rozwojowych. Uczestnik korzystający z dofinansowania zobowiązany jest do przestrzegania zasad właściwego projektu i Operatora.

Warunki techniczne

Usługa będzie realizowana **zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy ZOOM**. Uczestnik powinien posiadać komputer lub laptop z dostępem do Internetu, kamerą, mikrofonem i głośnikami/słuchawkami oraz aktualną przeglądarką internetową. Wymagane jest stabilne łącze internetowe umożliwiające udział w spotkaniu audio-video, rekomendowane min. **5 Mb/s pobierania i 2 Mb/s wysyłania**. Materiały będą przekazywane w formie elektronicznej. Do ich otwierania wymagane jest oprogramowanie umożliwiające obsługę plików PDF oraz standardowych plików tekstowych i prezentacyjnych.

Kontakt



LINDA PARYS

E-mail hello@lindaparys.pl

Telefon (+48) 505 999 335