

# Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji

## Formularz dla kwalifikacji - podgląd

Typ wniosku

Wniosek o włączenie kwalifikacji do ZSK

Nazwa kwalifikacji\*

Planowanie kampanii automatyzacji marketingu internetowego

Skrót nazwy

Planowanie automatyzacji e-marketingu

Rodzaj kwalifikacji\*

kwalifikacja cząstkowa

Proponowany poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji\*

6

Krótką charakterystyka kwalifikacji, obejmująca informacje o działaniach lub zadaniach, które potrafi wykonywać osoba posiadająca tę kwalifikację oraz orientacyjny koszt uzyskania dokumentu potwierdzającego otrzymanie danej kwalifikacji\*

Kwalifikacja "Planowanie kampanii automatyzacji marketingu internetowego" potwierdza posiadanie umiejętności niezbędnych do budowania i monitorowania internetowych kampanii marketingowych z użyciem narzędzi do automatyzacji marketingu internetowego. Uzyskaniem kwalifikacji będą w szczególności zainteresowane osoby chcące potwierdzić swoje kompetencje z zakresu planowania i wdrażania internetowych kampanii marketingowych z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi automatyzacji, monitorowania tych kampanii oraz ich optymalizacji w celu poprawy efektywności prowadzonych działań marketingowych. Osoba posiadająca daną kwalifikację jest przygotowana do samodzielnego zarządzania regułami segmentacji klientów, lejkami sprzedażowymi oraz do implementacji procesów automatyzacji marketingu internetowego. Tworzy i nadzoruje zautomatyzowane kampanie e-mail marketingu oraz realizuje działania remarketingowe. Wykorzystuje procesy segmentacji klientów oraz tworzy scenariusze komunikacji z klientem. Analizuje dane statystyczne pochodzące z internetowych narzędzi wykorzystywanych w procesach automatyzacji, na podstawie których wyszukuje i rekomenduje najlepsze działania marketingowo-sprzedażowe w internecie. Wdraża i optymalizuje procesy zautomatyzowanego marketingu internetowego. Osoba taka będzie mogła pracować w działach ds. marketingu małych, średnich i dużych firm, agencjach marketingowych oraz jako freelancer, wykonując omawiane działania na zlecenie. Cena walidacji wraz z uzyskaniem dokumentu poświadczającego posiadanie kwalifikacji: 700 zł.

Orientacyjny nakład pracy potrzebny do uzyskania kwalifikacji [godz.]\*

320

#### Grupy osób, które mogą być zainteresowane uzyskaniem kwalifikacji\*

Kwalifikacja skierowana jest do osób chcących pracować na stanowiskach specjalistycznych lub kierowniczych, na których wykorzystywane są narzędzia automatyzacji marketingu internetowego. W szczególności kwalifikacją będą zainteresowani pracownicy działów związanych z marketingiem, sprzedażą, promocją, obsługą klienta lub komunikacją z klientem, w firmach, w których komunikacja prowadzona jest kanałami internetowymi. Ponadto kwalifikacją mogą być zainteresowane osoby, które: wykonują zadania wskazane w kwalifikacji (hobbystycznie lub zawodowo) i chcą formalnie potwierdzić swoje umiejętności, chcą potwierdzić umiejętności stanowiące podstawę dla innych kwalifikacji związanych z branżą marketingową, chcą rozwinąć swoją karierę w branży marketingowej poprzez zwiększenie spektrum potwierdzonych kompetencji.

Należy zaznaczyć poniższe pole jeśli dotyczy (pole wprowadzone od 1.09.2019 r.)



Możliwe jest przygotowanie do uzyskania kwalifikacji w ramach obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego (branżowa szkoła I stopnia, technikum, szkoła policealna) [Rozporządzenie MEN z dnia 16 maja 2019 r.](#)

#### Wymagane kwalifikacje poprzedzające

##### Opis

Kwalifikacja pełna z poziomem 4 PRK

##### Lista

#### W razie potrzeby warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji\*

Osoba przystępująca do walidacji musi posiadać kwalifikację pełną z poziomem 4 PRK.

#### Zapotrzebowanie na kwalifikację\*

Na rynku polskim zainteresowanie usługami marketingowymi jest duże. Wielu pracodawców boryka się z brakami kadrowymi i panuje deficyt osób posiadających specjalistyczne kompetencje w tym zakresie. Jak wynika z raportu Antal "Aktywność Specjalistów i Menedżerów" marketingowcy otrzymali w 2017 roku średnio 7 ofert pracy - to o 1 więcej niż w 2016 roku, co stanowi wzrost o 16% rok do roku [1]. Pracodawcy coraz częściej szukają wyspecjalizowanych ekspertów z zakresu marketingu - m.in. w związku ze zwiększającą się liczbą oddziałów regionalnych firm IT, centrów biznesowych czy sieci handlowych, jest to także związane z rosnącą digitalizacją przedsiębiorstw, a także dynamicznie rozwijającym się marketingiem internetowym. Firmy inwestują coraz więcej w działania marketingowe, szczególnie zainteresowaniem cieszą się przemyślane działania internetowe [1]. Rozwój technologii spowodował, że pracodawcy zwiększyli zapotrzebowanie na pracowników ds. marketingu o 14,6% (dane luty 2017, rok do roku). Rośnie również wartość globalnego rynku technologii marketingowych, a jak wynika z prognoz do 2025 roku, firmy wydadzą na oprogramowanie marketingowe prawie 130 mld USD [1]. Według badań opracowanych przez organizację Research and Markets globalny rynek oprogramowania do automatyzacji marketingu wygenerował przychód w wysokości 3,86 miliarda dolarów w 2016 r. i przewiduje się, że do 2022 r. osiągnie on poziom 6,58 miliarda dolarów [2]. Jak podaje prognoza ośrodka MarketsAndMarkets, globalny rynek oprogramowania dla zautomatyzowanego marketingu już w 2019 roku osiągnie wartość 5,5 mld dolarów, a będzie rosł rocznie o 8,55%. [3] Trendy w zakresie marketingu wskazują na

zapotrzebowanie na większą personalizację treści, wykorzystanie sztucznej inteligencji, łączenie narzędzi analitycznych dot. klienta w jeden profil, scentralizowane zarządzanie kampaniami, analitykę predykcyjną oraz implementację czat botów. Co więcej, rok 2018 przyniósł nowe wyzwania polegające na większej ochronie danych osobowych, co miało duże znaczenie dla rozwiązań opartych na automatyzacji marketingu. Od specjalistów zajmujących się tą dziedziną wymaga się teraz posiadania wiedzy z zakresu ochrony danych, gdyż w przeciwnym razie mogą narazić firmę na duże kary finansowe. Przewiduje się, że popularność narzędzi automatyzacji marketingu będzie rosła [4]. Wzrost zainteresowania automatyzacją marketingu wyraźnie obrazują również narzędzia do analizy trendów wyszukiwań w wyszukiwarkach internetowych, które ukazują wyraźny trend wznoszący dot. popularności wyszukiwań zagadnień dotyczących automatyzacji marketingu [5]. Powyższe wskazuje, że w najbliższych latach może maleć udział w rynku tradycyjnych rozwiązań marketingowych na rzecz spersonalizowanych narzędzi marketingowych opartych na automatyzacji. Zmieniają się oczekiwania konsumentów, z tego powodu potrzebne jest lepsze dopasowanie marketingu do nowych wymagań i dostosowanie zasad marketingu do wyzwań, jakie stawia nowoczesny rynek. Automatyzacja marketingu dzięki swoim możliwościom może być jednym z najistotniejszych narzędzi współczesnego marketingu [6]. Pozwala skrócić dystans między firmą a odbiorcą i zareagować we właściwy sposób na nadarzącą się okazję szybciej, niż jest w stanie to zrobić człowiek. W warunkach rosnących wymagań klientów oraz coraz silniejszej konkurencji w biznesie wykorzystanie automatyzacji marketingu może być źródłem dużych oszczędności, oraz budowania realnej przewagi nad konkurentami. Automatyzacja marketingu pomaga w budowaniu silnej pozycji rynkowej oraz zdobywaniu przewagi konkurencyjnej. Dotyczy to rozpoznawania potrzeb klientów, podziału i wyboru rynku, określania pozycji oferty rynkowej, opracowania oferty i sposobów jej dostarczenia na rynek, budowania długofalowych relacji z klientami czy mierzenia efektywności działań. Rosnąca liczba dostawców rozwiązań z zakresu automatyzacji marketingu i zróżnicowanie dostępnej oferty coraz szerzej otwiera drzwi do automatyzacji marketingu również dla mniejszych firm – co będzie mieć duży wpływ na wzrost w tym segmencie. A w efekcie – także na wysoką jakość działań sprzedażowych i większe zadowolenie klientów. Jak wykazano, istnieje wzrostowa potrzeba rynkowa w zakresie kwalifikacji dotyczącej automatyzacji marketingu. Specjaliści automatyzacji marketingu muszą być weryfikowani w sposób, który nie ulega wątpliwości. Odgórnie ustalona norma pomoże pracodawcom w procesie rynkowej analizy porównawczej kandydatów na dane stanowisko. Ważnym skutkiem wprowadzenia kwalifikacji automatyzacji marketingu internetowego jest także ułatwienie identyfikowania wartościowych ekspertów w poszerzającej się z roku na rok liczbie nowych zawodów ze szczególnym wskazaniem obszaru informatycznego. Źródła danych:

[1]<https://antal.pl/wiedza/arttykul/firmy-szukaja-e-specjalistow-w-marketingu> [2]

<https://www.researchandmarkets.com/reports/3921844/global-marketing-automation-software-market> dostęp 20.12.2018r. [3]

<https://interaktywnie.com/biznes/newsy/e-commerce/rynek-automatyzacji-marketingu-wart-jest-juz-5-5-mln-dolarow-252392> [4]

<https://www.netcentric.biz/blog/marketing-automation-trends.html> [5] W Polsce:

<https://trends.google.pl/trends/explore?date=2011-07-06%202018-07-07&geo=PL&q=marketing%20automation> Na świecie:

<https://trends.google.pl/trends/explore?date=2011-07-06%202018-07-07&q=marketing%20automation> [6]

<https://blog.markgrowth.com/7-reasons-why-marketing-automation-is-important-a74b0dc3e0e9>

Odniesienie do kwalifikacji o zbliżonym charakterze oraz wskazanie kwalifikacji ujętych w ZRK zawierających wspólne zestawy efektów uczenia się\*

W rejestrze ZRK istnieje jedna kwalifikacja o zbliżonym charakterze – “Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing).” Kwalifikacja ta skupia się na tworzeniu treści marketingowych. Ma ona charakter pracy kreatywnej, podczas gdy wnioskowana kwalifikacja opiera się na automatyzacji działań marketingowych. Mimo że wykorzystuje różnego rodzaju treści i przekaz marketingowy to jej sednem jest budowanie sekwencji zadań, analityka i dostarczanie spersonalizowanego komunikatu, który trafia do odbiorcy w odpowiednim czasie. Osoba posiadająca wnioskowaną kwalifikację może współpracować z osobą posiadającą kwalifikację “Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)”. Na rynku polskim istnieją również studia z zakresu marketingu i komunikacji rynkowej. Efekty uczenia się wymagane w kontekście studiów obejmują szerszy zakres wiedzy i mają większą podbudowę teoretyczną. Charakter efektów uczenia się jest na tyle różny, że bezpośrednie odniesienie ich do efektów uczenia się wymaganych dla kwalifikacji “Planowanie kampanii automatyzacji marketingu internetowego” nie jest zasadne.

Należy zaznaczyć poniższe pole jeśli dotyczy (pole wprowadzone od 1.09.2019 r.)

Kwalifikacja zawiera wspólne lub zbliżone zestawy efektów kształcenia z „dodatkowymi umiejętnościami zawodowymi” w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego

[Dodatkowe umiejętności zawodowe](#)

#### Typowe możliwości wykorzystania kwalifikacji\*

Osoba posiadająca daną kwalifikację może znaleźć zatrudnienie w średnich i dużych firmach, które w celu dalszego rozwoju, poprawienia jakości obsługi klienta lub w celu ograniczenia kosztów osobowych potrzebują zautomatyzować swoje działania marketingowe. Będzie to możliwe również w agencjach świadczących usługi reklamowe, lub outsourcing procesu obsługi klienta, oferujących swoje usługi dla innych podmiotów. Kwalifikację można wykorzystać podczas pracy: w firmach związanych z marketingiem, sprzedażą, promocją - obsługując narzędzia marketingowe, analizując ich efektywność, tworząc zautomatyzowane kampanie marketingowe. w firmach zajmujących się obsługą klienta lub komunikacją z klientem B2B oraz B2C - tworząc zautomatyzowane kampanie marketingowe, w firmach zajmujących się sprzedażą produktów lub usług, które ze względu na wzrost skali działalności potrzebują zautomatyzować swoje działania marketingowe. Przykładowe nazwy stanowisk: ekspert ds. automatyzacji marketingu (marketing automation), specjalista ds. automatyzacji marketingu (marketing automation).

#### Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację\*

1. Etap weryfikacji 1. 1 Metody stosowane w weryfikacji efektów uczenia się Weryfikacja efektów uczenia się przeprowadzana jest w formie praktycznej następującymi metodami: obserwacja w warunkach symulowanych wywiad swobodny Obserwacja w warunkach symulowanych przeprowadzana jest przy użyciu komputera na platformie egzaminacyjnej on-line symulującej działanie programu do automatyzacji marketingu lub bezpośrednio w programie służącym do automatyzacji marketingu. Uzupełnieniem potwierdzającym posiadane efekty uczenia się jest wywiad swobodny. 1.2. Zasoby kadrowe Weryfikację posiadania efektów uczenia się przeprowadza komisja walidacyjna. W skład komisji wchodzi minimum 2 osoby, w tym przewodniczący komisji i członek komisji - asesor. Aby weryfikować efekty uczenia się określone w kwalifikacji, każdy członek komisji musi znać zasady przeprowadzania walidacji i stosowane metody. Przewodniczący komisji musi spełniać następujące kryteria: posiadać dyplom ukończenia studiów magisterskich o kierunku związanym z marketingiem; mieć

udokumentowane co najmniej 4-letnie doświadczenie zawodowe na stanowiskach powiązanych z automatyzacją marketingu lub co najmniej 4-letnie doświadczenie w nauczaniu z zakresu wiedzy związanej z marketingiem ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień dotyczących automatyzacji marketingu. Członek komisji - asesor musi spełniać następujące kryteria: posiadać dyplom ukończenia studiów magisterskich o kierunku związanym z marketingiem; mieć udokumentowane co najmniej 3-letnie doświadczenie zawodowe na stanowiskach związanych z automatyzacją marketingu. 1.3. Sposób organizacji walidacji oraz warunki organizacyjne i materialne. Walidację przeprowadza się w placówce, która posiada właściwe warunki lokalowe i techniczne zapewniające prawidłowy przebieg walidacji. Warunki w salach przeznaczonych do przeprowadzenia walidacji powinny być zgodne z podstawowymi wymaganiami BHP. Osoba przystępująca do walidacji ma zapewniony dostęp do informacji nt. przepisów BHP oraz organizacji przebiegu walidacji. Należy zapewnić stanowiska komputerowe z dostępem do platformy egzaminacyjnej on-line symulującej działanie programu do automatyzacji marketingu lub bezpośrednio do programu służącego do automatyzacji marketingu. Instytucja certyfikująca przygotowuje pulę dokumentacji bądź gotowy case study do wykonania przez kandydata. Instytucja certyfikująca musi zapewnić bezstronną i niezależną procedurę odwoławczą, w ramach której osoby uczestniczące w procesie walidacji i certyfikacji mają możliwość odwołania się od decyzji dotyczących przebiegu walidacji, w szczególności decyzji kończącej walidację. Instytucja musi zapewnić osobom walidowanym wgląd do wyników zdającego. 2. Etap identyfikowania i dokumentowania Instytucja certyfikująca zapewnia doradcę wspierającego uczestnika walidacji na etapie identyfikowania i na etapie dokumentowania posiadanych efektów uczenia. Doradca powinien stosować wiedzę z zakresu zasad i metod weryfikacji dowodów potwierdzających posiadanie danych efektów uczenia się oraz znać efekty uczenia się i kryteria ich weryfikacji zawarte w kwalifikacji znajdującej się w jego obszarze doradztwa.

Propozycja odniesienia do poziomu sektorowych ram kwalifikacji (o ile dotyczy)

Nie dotyczy

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się\*

Osoba posiadająca kwalifikację "Planowanie kampanii automatyzacji marketingu internetowego" jest gotowa do samodzielnego wykonywania zadań w zakresie automatyzacji marketingu internetowego w ramach pracy dla firmy lub na zamówienie klienta. Samodzielnie organizuje swoje stanowisko pracy i przyjmuje odpowiedzialność za podejmowane zadania. Może działać jako niezależny specjalista lub jako członek zespołu zajmującego się marketingiem automatycznym. Osoba posiadająca certyfikat poświadczający kwalifikację identyfikuje cele i możliwości e-marketingowe przedsiębiorstwa, identyfikuje i charakteryzuje grupę docelową kampanii e-marketingowej oraz przygotowuje plan zautomatyzowanej kampanii e-marketingowej. Tworzy diagramy procesów i listy instrukcji dla systemów marketing automation, przygotowuje wytyczne dot. przekazu e-marketingowego np. dla grafika. Samodzielnie tworzy nośniki przekazu e-marketingowego np. landing page, szablony newsletterów. Nadzoruje wdrażanie narzędzi automatyzacji e-marketingu. Monitoruje efektywność wdrożonej kampanii e-marketingowej, testuje ją oraz optymalizuje.

### **Zestawy efektów uczenia się**

Numer zestawu w kwalifikacji\*

1

Nazwa zestawu\*

Przygotowywanie internetowych kampanii marketingowych w oparciu o narzędzia

automatyzacji marketingu

Poziom PRK\*

6

Orientacyjny nakład pracy [godz.]\*

240

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia\*

### **Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia**

Efekt uczenia się

Identyfikuje grupę docelową zautomatyzowanej kampanii e-marketingowej

Kryteria weryfikacji\*

określa kryteria (parametry, cechy), według których można dokonać segmentacji klientów za pomocą narzędzi cyfrowych; rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby klientów w danej grupie docelowej; opisuje różnice w zachowaniach oraz zwyczajach zakupowych w zależności od grupy docelowej; sporządza podsumowanie charakteryzujące wybraną grupę docelową oraz profil wzorcowy klienta.

Efekt uczenia się

Nadzoruje przygotowanie i wprowadza treści marketingowe do publikacji

Kryteria weryfikacji\*

charakteryzuje różne formy marketingu internetowego np. e-mail marketing, social media marketing, mobile marketing; wymienia i charakteryzuje najpopularniejsze na rynku systemy zarządzania treścią oraz systemy e-commerce; tworzy nośniki przekazu e-marketingowego np.: landing page, szablon maila/newslettera, posty na potrzeby mediów społecznościowych; stosuje znaczniki HTML i CSS np. do tworzenia landing page oraz szablonów newslettera; wprowadza treści marketingowe do nośników przekazu; omawia zasady ochrony praw autorskich wynikające z ustawy z dnia 4 lutego 1994r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz U. z 2018r. poz. 1191, 1293 ) w szczególności ochrony osobistych praw autorskich oraz prawa i zasady eksploatacji utworu wobec treści wykorzystywanych w przekazie marketingowym; omawia zasady ochrony danych osobowych wynikające z ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 2018 poz. 1000) w szczególności ochrony danych osobowych klienta docelowego.

Efekt uczenia się

Nadzoruje wdrażanie narzędzi automatyzacji marketingu internetowego

Kryteria weryfikacji\*

opisuje integrację nośników przekazu z narzędziem automatyzacji e-marketingu np.: umieszczenie kodu na stronie internetowej, połączenie narzędzia automatyzacji e-marketingu

z portalami social media; nadzoruje wdrażanie instrukcji dla procesów automatyzacji w wybranym narzędziu do automatyzacji e-marketingu.

#### Efekt uczenia się

Określa możliwości przedsiębiorstwa w kontekście prowadzenia zautomatyzowanej kampanii e-marketingowej

#### Kryteria weryfikacji\*

rozpoznaje i charakteryzuje potrzeby biznesowe przedsiębiorstwa w zakresie e-marketingu; identyfikuje działające w przedsiębiorstwie kanały komunikacji e-marketingowej; analizuje zasoby przedsiębiorstwa w kontekście możliwości zastosowania narzędzi e-marketingu (określa czy przedsiębiorstwo ma odpowiednie zasoby finansowe i osobowe, czy posiada odpowiednie licencje, czy posiada produkt lub usługę odpowiednią do komunikowania za pomocą narzędzi zautomatyzowanego e-marketingu); na podstawie przedstawionych danych ocenia zasadność prowadzenia kampanii e-marketingowej.

#### Efekt uczenia się

Przygotowuje plan zautomatyzowanej kampanii e-marketingowej

#### Kryteria weryfikacji\*

objaśnia metodę lejka sprzedażowego; objaśnia metodę pętli lojalności; dobiera narzędzia marketingowe do określonej grupy docelowej; definiuje cel kampanii; definiuje propozycję wartości dla grupy docelowej; określa działania w ramach automatyzacji e-marketingu; przygotowuje harmonogram kampanii; objaśnia regułę SMART w kontekście formułowania celów marketingowych; przygotowuje wytyczne dotyczące opracowania treści przekazu e-marketingowego np.: dla grafika na temat potrzebnych grafik, dla copywritera na temat potrzebnego tekstu; charakteryzuje dobre praktyki dot. tworzenia kampanii z użyciem narzędzi automatyzacji e-marketingu; tworzy diagram procesu komunikacji w kampanii według określonego scenariusza; dobiera wskaźniki pozwalające na badanie skuteczności kampanii.

#### Numer zestawu w kwalifikacji\*

2

#### Nazwa zestawu\*

Monitorowanie i optymalizacja skuteczności zautomatyzowanych kampanii e-marketingowych

#### Poziom PRK\*

6

#### Orientacyjny nakład pracy [godz.]\*

80

#### Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia\*

**Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia**

Efekt uczenia się

Monitoruje efektywność wdrożonej kampanii e-marketingowej

Kryteria weryfikacji\*

dokonuje analizy danych liczbowych otrzymanych w raporcie i porównuje je ze wskaźnikami skuteczności kampanii; dokonuje analizy zaangażowania użytkowników w treści marketingowe; porównuje uzyskane wyniki z wynikami innych przykładowych kampanii; ocenia skuteczność dobranych w kampanii rozwiązań.

Efekt uczenia się

Optymalizuje kampanię e-marketingową

Kryteria weryfikacji\*

przeprowadza testy A/B kampanii e-marketingowej; rekomenduje korekty działań i potrzebne zmiany do podniesienia efektywności kampanii e-marketingowej (np.: zmiana nośników przekazu e-marketingowego, zmiana treści przekazu lub rezygnacja z niektórych jego części, poprawienie powstałych błędów).

**Informacje o instytucjach uprawnionych do nadawania kwalifikacji**

Wnioskodawca\*

Alpha Leonis Adriana i Leszek Rakowscy S.C.

Minister właściwy\*

Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii

Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji i warunki przedłużenia jego ważności\*

Certyfikat wydawany jest bezterminowo

Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji\*

Certyfikat

Uprawnienia związane z posiadaniem kwalifikacji\*

Nie dotyczy

Kod dziedziny kształcenia\*

342 - Marketing i reklama

Kod PKD\*

Kod	Nazwa
73.1	Reklama



Status

Dokumenty

#	Tytuł dokumentu
1	Potwierdzenie wykonania przelewu - ZSK ART. 14.1 - PLANOWANIE KAMPANII AUTOMATYZACJI MARKETINGU INTERNETOWEGO
2	ZRK_FKU_Planowanie automatyzacji e-marketingu



Oświadczam, że dane zawarte we wniosku o włączenie kwalifikacji rynkowej do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji są zgodne z prawdą. Jestem świadomy odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia.\*

Dane o podmiocie, który złożył wniosek

Alpha Leonis Adriana i Leszek Rakowscy S.C.  
Siedziba i adres: Korotyńskiego 24 / 68, 02-123 Warszawa  
NIP: 5223092214  
REGON: 367253113  
Reprezentacja: Leszek Rakowski, Adriana Rakowska

Adres elektroniczny osoby wnoszącej wniosek: [leszek.rakowski@alphaleonis.pl](mailto:leszek.rakowski@alphaleonis.pl)