



## Zielone kompetencje cyfrowe. Marketing Internetowy i Social Media w sektorze zielonej gospodarki - kurs indywidualny

Numer usługi 2024/07/29/12064/2240855

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

312,50 PLN brutto/h

312,50 PLN netto/h

Szkoła

Komputerowa

Impuls Sp. z o. o.



Gliwice / stacjonarna

Usługa szkoleniowa

16 h

12.05.2025 do 13.05.2025

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Sposób dofinansowania

wsparcie dla osób indywidualnych  
wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest dedykowane dla:

- Pracowników lub przyszłych pracowników firm działających w sektorze zielonej gospodarki, takich jak energetyka odnawialna, gospodarka odpadami, zrównoważona moda, rolnictwo ekologiczne czy transport niskoemisyjny, którzy chcą efektywnie promować usługi firmy i ich produkty w internecie;
- Specjalistów ds. marketingu i komunikacji**, którzy pracują lub zamierzają podjąć pracę w firmach związanych z ochroną środowiska, technologiami zielonymi lub zrównoważonym rozwojem i pragną doskonalić umiejętności w zakresie marketingu internetowego i strategii w mediach społecznościowych;
- Freelancerów i konsultantów** oferujących usługi z zakresu marketingu internetowego, którzy chcą wyspecjalizować się w obsłudze firm związanych z zieloną gospodarką;
- Osób planujących rozpocząć karierę w zielonej gospodarce**, które pragną zdobyć kompetencje cyfrowe niezbędne do promocji i budowy marki w sieci.

### Minimalna liczba uczestników

1

### Maksymalna liczba uczestników

1

### Data zakończenia rekrutacji

05-05-2025

### Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

### Liczba godzin usługi

16

# Cel

## Cel edukacyjny

Szkolenie „Zielone kompetencje cyfrowe. Marketing internetowy i Social Media w sektorze zielonej gospodarki – kurs indywidualny” PRZYGOTOWUJE do samodzielnego planowania, realizacji i optymalizacji działań marketingowych w internecie oraz w mediach społecznościowych, uwzględniając specyfikę i potrzeby sektora zielonej gospodarki.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje pojęcie i główne założenia Digital Marketingu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definiuje modele podejmowania decyzji zakupowej</li> <li>- Definiuje archetypy marki</li> <li>- Wymienia strategie marketingowe</li> <li>- Dobiera działania zgodnie z personą klienta</li> </ul>	Test teoretyczny
Definiuje pojęcie i podstawowe działania SEO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Określa cel strony</li> <li>- Określa mobilność strony</li> <li>- Definiuje wizytówkę Google Moja Firma</li> </ul>	Test teoretyczny
Definiuje pojęcie i podstawowe działania Google Ads i Analytics	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dobiera słowa kluczowe</li> <li>- Określa zasady redagowania tekstów reklamowych</li> <li>- Określa grupę docelową</li> <li>- Identyfikuje Platformę reklamowa Google Ads oraz Platformę Google Analytics</li> </ul>	Test teoretyczny
Definiuje narzędzia cyfrowe służące propagowaniu idei zrównoważonego rozwoju i działań proekologicznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wymienia narzędzia cyfrowe, które mogą służyć propagowaniu idei zrównoważonego rozwoju i działań proekologicznych</li> </ul>	Test teoretyczny
Definiuje etapy kampanii reklamowej wspierającej ekologiczne przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wymienia etapy kampanii reklamowej wspierającej ekologiczne przedsiębiorstwa</li> <li>- Opisuje poszczególne etapy</li> </ul>	Wywiad swobodny
Tworzy kampanie reklamowe z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tworzy i publikuje materiały reklamowe (np. grafiki, posty)) za pomocą narzędzi cyfrowych, analizuje zasięg i skuteczność działań</li> </ul>	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Komunikuje się z interesariuszami w celu promowania działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, uwzględniając potrzeby społeczne i ekologiczne oraz angażując społeczność w działania proekologiczne	W trakcie kontaktu dostosowuje język i formę przekazu do różnych grup społecznych, w celu skutecznego promowania działań na rzecz zrównoważonego rozwoju	Wywiad swobodny

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

tak

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

tak

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

tak

# Program

Szkolenie adresowane jest dla pracowników lub przyszłych pracowników sektora zielonej gospodarki, zatrudnionych w dziale sprzedaży, obsługi klienta, osób mających bezpośredni kontakt z klientami.

Czas trwania szkolenia to 2 dni szkoleniowe w godz. 8:30 - 15:30 - 14 h zegarowych (16 h dydaktycznych + przerwy).

Szkolenie odbywa się w formie indywidualnej (1 uczestnik) w sali szkoleniowej wyposażonej w stanowisko dla uczestnika, projektor, flipcharty, markery.

Walidacja: metodą wykorzystywaną do sprawdzenia efektów uczenia będzie test teoretyczny, wywiad swobodny i analiza dowodów. Walidację i szkolenie przeprowadzą inne osoby.

Zakres tematyczny szkolenia:

### 1. Podstawy digital marketingu

- Modele podejmowania decyzji zakupowej w sektorze zielonej gospodarki.
- Archetypy marki i ich znaczenie w budowaniu eko-wizerunku.
- Strategie marketingowe wspierające zrównoważony rozwój.
- Generacje użytkowników i ich podejście do zrównoważonej konsumpcji.
- Persona Klienta: profilowanie klientów ekologicznych.

## 2. Podstawy SEO

- Zrozumieć Google: wyszukiwarka jako narzędzie promowania inicjatyw proekologicznych.
- Prezentacja wyników wyszukiwania: co wpływa na widoczność treści związanych z zieloną gospodarką?
- UX: projektowanie przyjaznych środowisku doświadczeń użytkownika.
- Cel strony: budowanie przekazu wspierającego zrównoważone idee.
- Mobilność strony: dlaczego responsywność wspiera eko-komunikację?
- Wizytówka Google Moja Firma: prezentacja lokalnych, ekologicznych usług.
- Katalogi i portale ogłoszeniowe: jak promować produkty i usługi z sektora zielonej gospodarki?

## 3. Podstawy Google Ads i Analytics

- Dobór słów kluczowych związanych z zieloną gospodarką.
- Zasady redagowania tekstów reklamowych: jak wyróżnić ekologiczne wartości?
- Grupa docelowa: targetowanie klientów wspierających zrównoważony rozwój.
- Platforma reklamowa Google Ads: prowadzenie kampanii dla inicjatyw proekologicznych.
- Platforma Google Analytics: analiza skuteczności działań w zielonej gospodarce.

## 4. Optymalizacja strony www

- Tytuły i meta opisy: jak przyciągnąć uwagę eko-klienta?
- Optymalizacja zdjęć z myślą o ochronie środowiska (kompresja i jakość).
- Struktura strony: projektowanie intuicyjnych stron dla produktów i usług ekologicznych.
- Tworzenie angażujących treści promujących idee zrównoważonego rozwoju.
- Audyt strony internetowej pod kątem ekologicznych wartości i dostępności.
- Linkowanie wewnętrzne i zewnętrzne: współpraca z partnerami w zielonej gospodarce.

## 5. Social Media

- Typologia Social Media: platformy wspierające promocję ekologicznych inicjatyw.
- Facebook – potencjał w budowaniu świadomości ekologicznej; statystyki i reklama skierowane do eko-klienta.
- LinkedIn – dotrzyj do Klienta biznesowego z wartościami zrównoważonego rozwoju.
- YouTube – korzyści z video marketingu w promowaniu zielonych produktów i usług.
- Transmisje na żywo jako sposób angażowania Klienta i budowania relacji w ekologicznej społeczności.

## 6. Wykorzystanie potencjału zielonej gospodarki podczas tworzenia kampanii reklamowych

- Analiza rynku zielonej gospodarki: identyfikacja nisz i trendów.
- Tworzenie strategii kampanii podkreślającej korzyści ekologiczne produktów i usług.
- Case studies: przykłady skutecznych kampanii promujących zieloną gospodarkę.
- Mierzenie efektywności kampanii w kontekście celów zrównoważonego rozwoju.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 7

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 7</b> Podstawy digital marketingu	Maciej Westerowski	12-05-2025	08:30	10:30	02:00
<b>2 z 7</b> Podstawy SEO	Maciej Westerowski	12-05-2025	10:30	12:30	02:00
<b>3 z 7</b> Podstawy Google Ads i Analytics	Maciej Westerowski	12-05-2025	12:30	14:30	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>4 z 7</b> Optymalizacja strony www	Maciej Westerowski	12-05-2025	14:30	15:30	01:00
<b>5 z 7</b> Social Media	Maciej Westerowski	13-05-2025	08:30	12:30	04:00
<b>6 z 7</b> Wykorzystanie potencjału zielonej gospodarki podczas tworzenia kampanii reklamowych	Maciej Westerowski	13-05-2025	12:30	14:30	02:00
<b>7 z 7</b> Ewaluacja	-	13-05-2025	14:30	15:30	01:00

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	312,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	312,50 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

### Maciej Westerowski

- Absolwent Akademii Ekonomicznej w Katowicach - Wydział Zarządzania i marketingu;
- Trener na poziomie odpowiadającym EQF 5 European Qualification Framework (Senior trainer);
- Doradca zawodowy;
- Certyfikowany coach amerykańskiej metodyki sprzedaży CustomerCentric Selling;
- Doświadczenie: 20 letnie doświadczenie w zakresie prowadzenia własnej działalności

gospodarczej – prowadzenie usług doradczych i szkoleniowych z zakresu technik sprzedaży, marketingu internetowego oraz projektowania stron www - tworzenia treści i grafik na stronie www; Trener w Szkole Komputerowej Impuls w zakresie technik sprzedaży, marketingu internetowego oraz projektowania stron www od 2020 roku; Wykładowca Akademii E-marketingu na Górnośląskiej Wyższej Szkoły Handlowej od 2014 roku; w 2024 roku przeprowadził szkolenie w ramach projektu "Zielone kompetencje cyfrowe", koncentrując się na wykorzystaniu narzędzi cyfrowych do promowania zrównoważonego rozwoju i działań proekologicznych. Szkolenie obejmowało m.in. strategię marketingowe wspierające zieloną gospodarkę, angażowanie społeczności w działania ekologiczne oraz analizę efektywności kampanii online z uwzględnieniem aspektów środowiskowych; Trener na bieżąco śledzi zmiany w obszarze norm i trendów związanych z ekologiczną transformacją w sektorze cyfrowym.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w formie pdf, zawierające treści zgodne z programem szkolenia - prezentacja.

## Adres

ul. Grzegorza Piramowicza 2/1

44-100 Gliwice

woj. śląskie

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

## Kontakt



**Patrycja Tomczak**

**E-mail** pocztaimpuls@gmail.com

**Telefon** (+48) 322 382 720