



Digital marketing na rzecz zielonej gospodarki – skuteczne działania i narzędzia marketingowe w celu budowania marki świadomej ekologicznie

Numer usługi 2025/05/05/13777/2724617

4 500,00 PLN brutto
4 500,00 PLN netto
204,55 PLN brutto/h
204,55 PLN netto/h

RECON Consulting
Spółka z
ograniczoną
odpowiedzialnością



📍 Katowice / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 22 h

📅 02.08.2025 do 03.08.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Sposób dofinansowania

wsparcie dla osób indywidualnych
wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

Grupa docelowa usługi

DO KOGO SKIEROWANE JEST SZKOLENIE?

- Specjaliści ds. marketingu i sprzedaży
- Pracownicy działów HR i CSR
- Młodzi profesjonaliści i studenci kierunków związanych z marketingiem i ekologią
- Szkolenie jest dedykowane zarówno osobom początkującym, które chcą poznać podstawy digital marketingu, jak i tym, którzy pragną pogłębić swoje umiejętności w tym obszarze. Program obejmuje zarówno wprowadzenie do kluczowych narzędzi i strategii marketingowych, jak i zaawansowane techniki, ze szczególnym uwzględnieniem działań zrównoważonych i ekologicznych, dostosowanych do współczesnych trendów rynkowych

Niniejsza usługa dotyczy kształcenia zawodowego/przekwalifikowania zawodowego. Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych zamieszkujących lub pracujących na terenie woj. śląskiego, które poszukują adekwatnej usługi rozwojowej w celu zdobycia umiejętności zawodowych niezbędnych do podjęcia, zmiany lub utrzymania pracy w sektorze zielonej gospodarki. Usługa rozwojowa prowadzi do nabycia zielonych kompetencji.

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

18

Data zakończenia rekrutacji

30-07-2025

Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	22
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 „Digital marketing na rzecz zielonej gospodarki – skuteczne działania i narzędzia marketingowe w celu budowania marki świadomej ekologicznie” przygotowuje do samodzielnego tworzenia i wdrażania strategii marketingowych, które wspierają budowanie marki firmy w oparciu o wartości ekologiczne, promowanie zrównoważonych produktów i usług oraz minimalizowanie wpływu działań marketingowych na środowisko, przy wykorzystaniu nowoczesnych narzędzi cyfrowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Kompetencje społeczne: ocenia wpływ indywidualnych postępowań na środowisko	definiuje przyjmowanie w życiu prywatnym postawy zorientowanej na zrównoważony rozwój i zastanawia się nad wpływem własnych zachowań na środowisko	Test teoretyczny
Wiedza: definiuje cechy silnej marki opartej na zrównoważonym rozwoju.	przedstawia kluczowe cechy silnej marki ekologicznej.	Test teoretyczny
Umiejętność: identyfikuje grupy docelowe na podstawie ich postaw proekologicznych i tworzy persony marketingowe zorientowane na zrównoważony rozwój.	poprawnie segmentuje klientów z uwzględnieniem postaw ekologicznych oraz przedstawia profil persony marketingowej odpowiadającej potrzebom ekologicznych konsumentów.	Analiza dowodów i deklaracji
Wiedza: charakteryzuje koncepcje content marketingowe wspierające promocję zrównoważonych produktów i usług	wskazuje kluczowe cechy ekologicznych strategii content marketingowych oraz odpowiednie formaty treści wspierające zrównoważony rozwój.	Test teoretyczny
Wiedza: rozpoznaje przykłady greenwashingu i ich negatywny wpływ na odbiór marki przez klientów	wskazuje różnice między autentycznym marketingiem ekologicznym a greenwashingiem.	Test teoretyczny
Umiejętność: identyfikuje kluczowe cele ekologiczne w strategiach marketingowych i dobiera odpowiednie narzędzia cyfrowe do ich realizacji.	przedstawia krótką analizę wyboru narzędzi cyfrowych oraz określa jeden cel ekologiczny wspierany przez proponowaną strategię.	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: charakteryzuje proces tworzenia strategii social media uwzględniającej cele ekologiczne	identyfikuje dwa przykładowe wskaźniki KPI związane z promocją działań ekologicznych	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się.

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

Tak, dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

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

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

DZIEŃ PIERWSZY:

Moduł I. Marka firmy – budowanie zrównoważonej marki w cyfrowym świecie

- Cechy silnej marki opartej na zrównoważonym rozwoju
- Praca nad własną marką
- Marka i jej rodzaje oraz znaczenie rozwoju przedsiębiorstwa w zielonej gospodarce
- Archetypy marki a wartości ekologiczne

Moduł II. Grupa docelowa - segmentacja klientów i persona ekologiczna

- Segmentacja klientów z uwzględnieniem postaw proekologicznych, takich jak zainteresowanie produktami o niskim śladzie węglowym, recyklingiem czy świadomą konsumpcją.
- Persona marketingowa zorientowana na zrównoważony rozwój

Moduł III. Content marketing - zielone treści i strategie

- Ekologiczne koncepcje i strategie content marketingowe
- tworzenie strategii, które promują zrównoważone produkty i usługi oraz edukują odbiorców na temat ochrony środowiska
- wykorzystanie contentu do budowania świadomości ekologicznej wśród klientów.
- Typy contentu i formaty treści proekologicznych

- Opracowywanie strategii content marketingowej dla ekologicznych marek

Moduł IV. Brand marketing - zrównoważony rozwój jako fundament marki

- Brand marketing – co to dokładnie znaczy?
- Dlaczego mocny, ekologiczny Brand jest tak istotny?
- Jak zbudować odpowiednią strategię Brand marketingową? Budowanie strategii Brand marketingowej w duchu zrównoważonego rozwoju.
- Skuteczny brand marketing – czego unikać?

-- przykłady „greenwashingu” i jego negatywnego wpływu na wizerunek marki.

-- unikanie błędów w zielonym brand marketingu.

Przewidywany czas trwania dnia szkoleniowego: 11h dydaktycznych z przerwami.

DZIEŃ DRUGI:

Moduł V. Strategia marketingowa - zielone strategie w marketingu cyfrowym

- Przejrzysta kompozycja marketingowa w duchu zrównoważonego rozwoju
- Tworzenie strategii marketingowej z zielonymi celami
- Wdrażanie strategii marketingu internetowego w zielonym kontekście

-- planowanie działań online, które minimalizują zużycie energii, np. poprzez efektywne wykorzystanie reklam programatycznych

-- promowanie świadomości ekologicznej poprzez kampanie marketingowe

- Zaznaczanie obecności w internecie (narzędzia platformy Google, Apple Maps Connect)

Moduł VI. Social Media Marketing

- Kluczowe platformy społecznościowe (Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn) jako narzędzia promocji zrównoważonego rozwoju

-- przykłady kampanii ekologicznych na Facebooku, Instagramie, YouTube i LinkedIn

-- jak wybrać platformę odpowiednią dla komunikacji zielonych wartości

- Optymalizacja profili organizacji w kanałach społecznościowych w duchu ekologii
- Content marketing w social mediach z uwzględnieniem zielonych wartości
- Social selling w praktyce
- Generowanie leadów dla ekologicznych produktów i usług
- Tworzenie społeczności i angażowanie odbiorców w social media w ekologiczne inicjatywy
- Tworzenie strategii social media dla marek ekologicznych

Moduł VII. Social Media Strategy - zielone strategie w mediach społecznościowych

- Proces tworzenia strategii social media
- Określenie celów strategii oraz ekologicznych KPI
- Realizacja strategii z zielonym przesłaniem
- Pozyskiwanie leadów sprzedażowych dla ekologicznych marek

Moduł VIII. Przydatne, zrównoważone narzędzia dla marketingu internetowego i social sellingu

Moduł IX. Walidacja

Przewidywany czas trwania dnia szkoleniowego: 11h dydaktycznych z przerwami.

Łącznie: 22h dydaktyczne (wg organizatora kursu) = 16:30 h (wg automatycznego wyliczenia przez system BUR).

W ramach szkolenia nastąpi skonsolidowanie części teoretycznej z częścią praktyczną, dzięki którym na bieżąco i elastycznie będą dostosowywane i omawiane narzędzia i rozwiązania, w zależności od potrzeb grupy. Zakłada się realizację usługi w części teoretycznej o wymiarze 16 h dydaktycznych oraz części praktycznej o wymiarze 6h dydaktycznych (łącznie 22h dydaktyczne). Dzięki temu maksymalnie dostosowane zostaną najważniejsze zagadnienia do potrzeb i oczekiwań, jednocześnie zwracając uwagę na predyspozycje poszczególnych uczestników do funkcjonowania i radzenia sobie z poszczególnymi obszarami oraz tempo przyswajania wiedzy, a w konsekwencji konieczność ewentualnych powtórzeń materiału czy zmiana kolejności przygotowywanych zadań.

Jednocześnie godziny realizacji przerw również dostosowane będą do postępów realizacji programu, tempa przyswajania wiedzy przez uczestników szkolenia oraz potrzeb uczestników i trenera. Uczestnik szkolenia ma możliwość merytorycznego kontaktu z trenerem również podczas przerw (w przypadku, gdyby uczestnik nie chciał skorzystać z danej przerwy).

Zgodnie z definicją „**zielonych umiejętności**” zawartą w Regulaminie naboru do projektu w ramach FESL 10.17: *Zielone umiejętności* – umiejętności o charakterze zawodowym lub ogólnym, niezbędne do pracy w sektorze zielonej gospodarki, czyli takiej, która jest oparta na odnawialnych źródłach energii, nowoczesnych technologiach ukierunkowanych na niskoemisyjność i zasobooszczędność, a także na zarządzaniu środowiskowym w przedsiębiorstwach. Przyjmuje się, że zielone umiejętności to takie, które przyczyniają się do budowy „**zielonej gospodarki**” poprzez tworzenie „**zielonych miejsc pracy**”. „Zielone miejsca pracy” to te, które przyczyniają się do zachowania lub przywrócenia stanu środowiska, niezależnie od tego czy występują w tradycyjnych czy nowych rozwijających się „zielonych” sektorach. „Zielone miejsca pracy” wpływają pozytywnie na zwiększanie efektywności energetycznej i surowcowej, ograniczanie emisji gazów cieplarnianych, minimalizację odpadów i zanieczyszczeń, ochronę i odtwarzanie ekosystemów oraz wspieranie adaptacji do skutków zmian klimatu.

Szkolenie skierowane jest do osób, które chcą rozwijać **zielone umiejętności i kompetencje ekologiczne**, co umożliwi im dostosowanie swoich umiejętności do zmian na rynku pracy wynikających z transformacji ekologicznej regionu.

Program „Digital marketing na rzecz zielonej gospodarki (...)” wpisuje się w osiągnięcie zielonych kompetencji na kilka sposobów, zgodnie z definicją „**zielonych umiejętności**” :

- **Promowanie produktów i usług przyjaznych środowisku:**

Uczestnicy uczą się, jak tworzyć i zarządzać kampaniami marketingowymi, które podkreślają ekologiczne wartości oferowanych produktów i usług.

- **Minimalizowanie wpływu działań marketingowych na środowisko:**

Program kładzie nacisk na wykorzystanie narzędzi i strategii ograniczających ślad węglowy oraz zasobooszczędnych w realizacji działań promocyjnych.

- **Budowanie wizerunku marki jako odpowiedzialnej ekologicznie:**

Szkolenie pokazuje, jak komunikować zaangażowanie firmy w działania zrównoważone, co wspiera rozwój zielonych miejsc pracy i buduje zaufanie konsumentów.

- **Zastosowanie technologii wspierających zrównoważony rozwój:**

Uczestnicy poznają narzędzia cyfrowe, które umożliwiają precyzyjne targetowanie reklam, minimalizując zbędne wydatki energetyczne i materiałowe.

- **Kształtowanie świadomości ekologicznej klientów:**

Program uczy, jak poprzez działania marketingowe edukować klientów na temat korzyści płynących ze zrównoważonej konsumpcji i ochrony środowiska.

- **Zrozumienie roli marketingu w transformacji ekologicznej:**

Uczestnicy zdobywają wiedzę, jak działania marketingowe mogą wspierać przejście na gospodarkę niskoemisyjną i zasobooszczędną.

- **Rozwijanie umiejętności analitycznych w kontekście ekologii:**

Szkolenie obejmuje analizę potrzeb ekologicznych grup docelowych oraz mierzenie efektywności kampanii marketingowych zorientowanych na zrównoważony rozwój.

- **Wspieranie adaptacji do zmian rynkowych związanych z transformacją ekologiczną:**

Program pomaga uczestnikom dostosować się do nowych wymagań rynku pracy, gdzie coraz większy nacisk kładzie się na zrównoważony rozwój.

Opis ten jednoznacznie pokazuje, że szkolenie wspiera rozwój zielonych kompetencji, przygotowując uczestników do skutecznych działań w sektorze zielonej gospodarki.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Moduł I. Marka firmy – budowanie zrównoważonej marki w cyfrowym świecie	Karolina Kord	02-08-2025	08:00	09:00	01:00
2 z 16 Moduł II. Grupa docelowa - segmentacja klientów i persona ekologiczna	Karolina Kord	02-08-2025	09:00	10:15	01:15
3 z 16 przerwa	Karolina Kord	02-08-2025	10:15	10:30	00:15
4 z 16 Moduł III. Content marketing - zielone treści i strategie	Karolina Kord	02-08-2025	10:30	12:30	02:00
5 z 16 przerwa	Karolina Kord	02-08-2025	12:30	13:00	00:30
6 z 16 Moduł IV. Brand marketing - zrównoważony rozwój jako fundament marki	Karolina Kord	02-08-2025	13:00	14:30	01:30
7 z 16 przerwa	Karolina Kord	02-08-2025	14:30	14:45	00:15
8 z 16 Moduł IV. Brand marketing - zrównoważony rozwój jako fundament marki cd.	Karolina Kord	02-08-2025	14:45	16:15	01:30
9 z 16 Moduł V. Strategia marketingowa - zielone strategie w marketingu cyfrowym	Karolina Kord	03-08-2025	08:00	10:15	02:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 16 przerwa	Karolina Kord	03-08-2025	10:15	10:30	00:15
11 z 16 Moduł VI. Social Media Marketing	Karolina Kord	03-08-2025	10:30	12:30	02:00
12 z 16 przerwa	Karolina Kord	03-08-2025	12:30	13:00	00:30
13 z 16 Moduł VII. Social Media Strategy - zielone strategię w mediach społecznościowych	Karolina Kord	03-08-2025	13:00	14:30	01:30
14 z 16 Moduł VIII. Przydatne, zrównoważone narzędzia dla marketingu internetowego i social sellingu	Karolina Kord	03-08-2025	14:30	15:30	01:00
15 z 16 przerwa	Karolina Kord	03-08-2025	15:30	15:45	00:15
16 z 16 Moduł IX: Test walidacyjny	-	03-08-2025	15:45	16:15	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	204,55 PLN
Koszt osobogodziny netto	204,55 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Karolina Kord

Posiada 12-letnie doświadczenie w marketingu i PR. Współpracowała z renomowanymi polskimi firmami inwestycyjnymi oraz reprezentowała klientów z wielu branż, w tym IT, HoReCa, motoryzacyjnej czy przemysłu ciężkiego. Prowadzi własną agencję PR od 2019 roku, która zajmuje się marketingiem 360. Trenerka specjalizuje się w obszarze public relations, eventów, strategii komunikacji oraz digital i content marketingu.

- W ramach projektu „Szkolenie i praca – to się opłaca” 02-05. 2022r., 70h szkoleniowych (z dnia 01.06.2022r.)

- W ramach projektu „Akademia profesjonalistów – podnoszenie kwalifikacji zawodowych mieszkańców województwa śląskiego” maj 2020r., 145h szkoleniowych (z dnia 06.07.2021r.)

- Szkolenie dla firmy Conventus Polska, 30h szkoleniowych (z dnia 29.10.2021r.)

Trenerka od 2024 roku posiada udokumentowaną wiedzę i kompetencje z zakresu szeroko pojętego zrównoważonego rozwoju, ze szczególnym uwzględnieniem zielonej transformacji w marketingu.

Trenerka posiada doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzyma materiały szkoleniowe (m.in. skrypt/konspekt) zapisane na pen drive, co pozwoli na minimalizację zużycia papieru i przyczyni się do ochrony środowiska, jednocześnie zapewniając wygodny dostęp do wszystkich niezbędnych dokumentów.

.....

INFORMACJE DODATKOWE DLA OPERATORA:

Niniejsza karta zawiera dane osoby walidującej (imię i nazwisko, e-mail, opis doświadczenia). Zgodnie z Zał. 2 do Regulaminu BUR (PARP): „Dane dotyczące osoby walidującej, są widoczne wyłącznie dla Administratora BUR oraz Administratora Regionalnego.”

.....

Osoba przeprowadzająca usługę (trener) wykona również działania związane ze skompletowaniem dokumentacji walidacyjnej tj. zbierze od uczestników szkolenia dokumenty do Analizy dowodów i deklaracji oraz rozda uczestnikom test teoretyczny, a następnie zbierze wypełnione testy.

Trener nie będzie ingerował w jakikolwiek sposób w proces wypełniania dokumentacji walidacyjnej ani w jej ocenę (tj. trener nie ocenia i nie weryfikuje osiągniętych efektów uczenia się).

Analiza dowodów i deklaracji i Test teoretyczny zostaną ocenione po zakończeniu realizacji usługi przez osobę walidującą. Walidator ocenia i weryfikuje osiągnięte efekty uczenia się.

.....

Efekty kształcenia (uczenia) zostały opracowane w oparciu o informacje opublikowane na stronie operatora tj. Załącznik 4. Wykaz przykładowych zielonych umiejętności, opracowany przez Komisję Europejską w ramach klasyfikacji ESCO w ramach Konkursu Utworzenie i wsparcie funkcjonowania 120 branżowych centrów umiejętności (BCU), realizujących koncepcję centrów doskonałości zawodowej (CoVEs) –konkurs uzupełniający.

.....

Podział efektów uczenia się według zakresu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych uwzględnia różne aspekty zdobytej wiedzy teoretycznej oraz praktycznych umiejętności i postaw społecznych związanych z odpowiedzialnym, zielonym marketingiem.

Warunki uczestnictwa

Minimalna liczba uczestników niezbędna do realizacji usługi: 6 osób (maksymalnie 18 z uwagi na konieczność zapewnienia komfortowych warunków szkolenia dla uczestników przy tej tematyce szkolenia i jednoczesnym zachowaniu wysokiej efektywności usługi oraz możliwości bezpośredniego kontaktu z trenerem podczas zajęć).

.....

Koszt nie zawiera kosztów dojazdu i ewentualnego noclegu. Potencjalne opłaty należy ponieść we własnym zakresie.

.....

Uwaga: przed podpisaniem umowy o dofinansowanie szkolenia z Operatorem, skontaktuj się z nami w celu potwierdzenia terminu szkolenia i dostępności wolnych miejsc.

.....

W trakcie szkolenia możliwa jest wizytacja z udziałem PARP, Operatora lub innej jednostki wyznaczonej w celu sprawdzenia poprawności realizacji usługi.

Informacje dodatkowe

Wszelkie materiały (teksty, grafiki, zdjęcia itp.) przedstawione w niniejszej Karcie usługi są objęte prawem autorskim i podlegają ochronie na mocy „Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych” z dnia 4 lutego 1994 r. (t.j. Dz.U. 2022 poz. 2509). Kopiowanie, przetwarzanie, rozpowszechnianie tych materiałów w całości lub w części bez zgody Recon Consulting Sp. z o.o. jest zabronione.

.....

Szkolenie może być zwolnione z VAT dla Uczestników, których poziom dofinansowania wynosi co najmniej 70% na podstawie:

- § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień.

.....

Zakres tematyczny przedmiotowej usługi rozwojowej prowadzi do zdobycia zielonych kompetencji.

Adres

ul. Opolska 22
40-084 Katowice
woj. śląskie

Sala szkoleniowa oznaczona tytułem szkolenia

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Sandra Walczyk

E-mail swalczyk@rcon.com.pl

Telefon (+48) 504 943 374

