

ENGINEERING
&
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

★★★★★ 4,9 / 5
941 ocen

Zrównoważony Marketing Internetowy – Jak Budować Odpowiedzialną Widoczność Online - szkolenie

Numer usługi 2025/05/29/156609/2780713

📍 Olsztyn / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 23 h

📅 23.10.2025 do 24.10.2025

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
217,39 PLN brutto/h
217,39 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie przeznaczone jest dla początkujących specjalistów ds. marketingu cyfrowego, małych i średnich przedsiębiorstw oraz osób zainteresowanych rozwojem kariery w marketingu cyfrowym.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	3
Data zakończenia rekrutacji	22-10-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	23
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

Celem szkolenia pn. "Zrównoważony Marketing Internetowy – Jak Budować Odpowiedzialną Widoczność Online - szkolenie" jest przygotowanie uczestników do samodzielnego i świadomego prowadzenia działań marketingowych w internecie, z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju i etycznej komunikacji marki. Uczestnik pozna kluczowe

narzędzia i kanały promocji online, nauczy się planować odpowiedzialną strategię widoczności marki oraz tworzyć treści zgodne z wartościami swojej działalności.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą w zakresie budowania strategii marketingowej w Internecie	Definiuje pojęcia i narzędzia marketingu cyfrowego (m.in. SEO, SEM, Google Ads, ROI, CTR, CPA).	Test teoretyczny
	Rozróżnia strategie marketingowe: inbound vs. outbound.	Test teoretyczny
	Wyjaśnia zasady działania algorytmów mediów społecznościowych i platform reklamowych.	Test teoretyczny
	Opisuje podstawy etycznej komunikacji w marketingu internetowym.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Omawia wpływ UX, CX i content marketingu na widoczność marki i doświadczenie klienta.	Test teoretyczny
	Charakteryzuje zasady tworzenia zrównoważonej obecności marki online.	Test teoretyczny
	omawia zasady tworzenia skutecznych kampanii marketingowych w Internecie	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
samodzielnie buduje strategię marketingową opartą na rozwiązaniach cyfrowych	Tworzy persony i ścieżki klienta dostosowane do potrzeb grupy docelowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Projektuje treści marketingowe (posty, reklamy, opisy produktów) z użyciem storytellingu i zasad etycznej narracji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Konfiguruje kampanie reklamowe w mediach społecznościowych i Google Ads.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Optymalizuje treści i strony internetowe pod kątem SEO oraz doświadczenia użytkownika (UX).	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Posługuje się narzędziami Google (Analytics, Trends, Business Profile, Looker Studio) w celu analizy i planowania działań promocyjnych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Tworzy harmonogram publikacji oraz plan długofalowych kampanii z zachowaniem spójności z misją marki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Projektuje i wdraża strategie marketingowe zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wdraża zielone kompetencje w budowaniu swojej marki	Stosuje podejście minimalizujące szum informacyjny, nadprodukcję treści i emisję CO ₂ w działalności online.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Selekcjonuje eko-narzędzia i rozwiązania ograniczające ślad cyfrowy (np. proekologiczne grafiki, lekkie strony, hostingi green-friendly).	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Unika greenwashingu, budując autentyczną komunikację marki zorientowaną na wartości środowiskowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Analizuje wpływ działań marketingowych na środowisko i dostosowuje działania do standardów ESG i CSR.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Buduje relacje wewnętrzne i zewnętrzne	Wykazuje odpowiedzialność i etykę w komunikacji z klientem i odbiorcą treści.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wykazuje empatię i szacunek w relacjach marketingowych, promując świadome i uczciwe praktyki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozwija postawę proaktywności i przedsiębiorczości w zakresie promocji marki z wartością społeczną.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Potrafi prezentować swoje rozwiązania marketingowe w sposób przekonujący, klarowny i dopasowany do odbiorcy.	Obserwacja w warunkach symulowanych

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 rozwija kompetencje przyszłości: umiejętność krytycznego myślenia, komunikacji opartej na wartościach, korzystania z ekologicznych rozwiązań cyfrowych oraz reagowania na potrzeby społecznie i środowiskowo świadomych odbiorców. Uczestnik dowie się również, jak wdrażać zielone kompetencje w komunikacji marki i budować długofalowe relacje z klientami w duchu transparentności i autentyczności.

Dzień 1 – Fundamenty zrównoważonego marketingu cyfrowego (10h dydaktycznych, 30min)

Moduł 1: Wprowadzenie do świata marketingu cyfrowego (2h)

- Kluczowe pojęcia: marketing cyfrowy vs. tradycyjny, Inbound/Outbound, ROI, CTR, CPA
- Wpływ technologii cyfrowej na rynek i zachowania konsumentów
- Rola marketingu cyfrowego w zrównoważonym rozwoju i gospodarce obiegu zamkniętego

Moduł 2: Budowanie persony marki i etycznej komunikacji (2h)

- Tworzenie profilu idealnego klienta (persona)
- Analiza demograficzna i psychograficzna
- Etyka komunikacji online: uczciwość, transparentność, odpowiedzialność
- **Ćwiczenie:** budowanie persony i jej ścieżki klienta

Moduł 3: Tworzenie treści w duchu świadomego marketingu (2h)

- Rodzaje treści: blogi, wideo, posty, infografiki, e-booki
- Strategie storytellingowe i personalizacja treści
- Minimalizm komunikacyjny – jakość > ilość
- **Ćwiczenie:** tworzenie zrównoważonego posta

Moduł 4: Media społecznościowe i zrównoważona obecność marki (2h)

- Historia i rozwój platform (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok)
- Algorytmy a widoczność – jak działać świadomie?
- Planowanie postów z poszanowaniem odbiorcy – ograniczenie szumu informacyjnego
- **Warsztat:** stworzenie harmonogramu ekologicznej komunikacji

Moduł 5: Zielone kompetencje w marketingu cyfrowym (2h,30min)

- Zrównoważona strategia komunikacji: wartości, transparentność, mniej znaczy więcej
- Jak promować produkty/usługi bez greenwashingu – odpowiedzialne historie marek
- Narzędzia i rozwiązania wspierające eko-marketing (np. Canva eco-design, kompaktowe grafiki, recykling treści)
- Redukcja śladu węglowego w aktywnościach online: hosting, optymalizacja materiałów
- Tworzenie indywidualnego **planu wdrażania zielonych kompetencji i praktyk eko w swojej marce**

Dzień 2 – Praktyczna strategia marketingowa i zielone narzędzia cyfrowe (10h dydaktycznych)

Moduł 6: Optymalizacja kampanii w mediach społecznościowych (2h)

- Reklamy Meta Ads – planowanie i etyczne targetowanie
- Zasady umiaru w przekazie reklamowym
- **Ćwiczenie:** tworzenie kampanii zgodnej z wartościami marki

Moduł 7: SEO i content marketing w służbie świadomej marki (2h)

- On-page i Off-page SEO
- Tworzenie treści odpowiadających na realne potrzeby
- Narzędzia: Google Search Console, SEMrush, Ahrefs
- **Ćwiczenie:** optymalizacja strony lub posta

Moduł 8: UX, CX i doświadczenie marki (2h)

- UX i CX – projektowanie z myślą o użytkowniku i środowisku
- Elementy eko-UX: szybkość ładowania, prostota, dostępność
- Google Analytics 4 – analiza zachowań, optymalizacja bez nachalności
- **Ćwiczenie:** ocena strony pod kątem doświadczenia użytkownika

Moduł 9: SEM i Google Ads – odpowiedzialna promocja (2h)

- SEM vs. SEO – kiedy warto stosować kampanie płatne?
- Strategie PPC i dobór słów kluczowych w duchu green marketingu
- Tworzenie reklam z szacunkiem dla odbiorcy i środowiska
- **Ćwiczenie:** planowanie etycznej kampanii Google Ads

Moduł 10: Praca z narzędziami Google – ekosystem dla zielonej strategii (2h)

- Google Business Profile, Looker Studio, Merchant Center, Trends
- Planowanie strategiczne z wykorzystaniem danych i analiz
- **Warsztat:** projektowanie kampanii zrównoważonej z użyciem narzędzi Google

Walidacja

Usługa prowadzona jest w formie ćwiczeń, chatu oraz dyskusji z uczestnikami szkolenia.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (45 min). Przerwy zostały uwzględnione w harmonogramie, są wliczone do liczby godzin usługi rozwojowej.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

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	217,39 PLN
Koszt osobogodziny netto	217,39 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Urszula Stefanowicz-Peczyńska

Założycielka agencji marketingowej - Detalle. W swoim 7 letnim doświadczeniu na stanowiskach managerskich współpracowała z zespołami marketingowymi, szkoląc i rozwijając swoje umiejętności w praktyce. Swoje doświadczenie w marketingu przekłada na szereg działań współpracując z wieloma firmami tworząc dla nich strategie marketingowe, kampanie, projekty,

materiały foto i video. Jest specjalistką w tworzeniu komunikacji social media oraz influencer marketingu. Pracowała z wieloma markami lifestylowymi, wybierając kolekcje ubrań i sneakersów, które odmieniły rynek modowy i nadawały kierunek trendom. Jako brand manager stworzyła niezapomniane kampanie, sesje zdjęciowe, pokazy mody i współpracy z influencerami. Przeprowadziła kilkaset godzin doradztwa i szkoleń w zakresie budowania strategii marketingowej, tworzenia kampanii czy budowania marki.

Wykształcenie wyższe

Studia podyplomowe - Grafika i multimedia - WSB Gdańsk, październik 2020r. - czerwiec 2021 r.

Studia podyplomowe - Psychodietetyka - Uniwersytet SWPS w Warszawie październik 2016 r. – czerwiec 2017 r.

Studia licencjackie – Dietetyka - Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, październik 2013 r. – czerwiec 2015 r.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione dla uczestników podczas usługi oraz po jej realizacji.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

Adres

ul. Wyzwolenia 9/1

10-105 Olsztyn

woj. warmińsko-mazurskie

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+48) 451 055 967