



RECON Consulting
Spółka z
ograniczoną
odpowiedzialnością

★★★★★ 4,9 / 5
4 486 ocen

**Kampanie reklamowe w środowisku
MetaAds (Facebook, Instagram, WhatsApp,
Messenger) oraz podstawy
zrównoważonego marketingu w kontekście
globalnych wyzwań ekologicznych:
szkolenie umożliwiające zmianę zawodu i
otwierające nowe ścieżki kariery**

Numer usługi 2025/08/18/13777/2944934

📍 Katowice / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 22 h

📅 15.11.2025 do 16.11.2025

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

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

DO KOGO SKIEROWANE JEST SZKOLENIE?

- Specjalista ds. komunikacji
- Osób odpowiedzialnych za strategię marketingowe online
- Szkolenie jest dedykowane zarówno dla osób początkujących w temacie marketing automation, jak i tych, którzy chcą pogłębić swoją wiedzę i umiejętności w zakresie bardziej skomplikowanych strategii i narzędzi automatyzacji marketingowej.

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.

Niniejsza usługa rozwojowa prowadzi do nabycia zielonych kompetencji.

Minimalna liczba uczestników

8

Maksymalna liczba uczestników

18

Data zakończenia rekrutacji

12-11-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

22

Cel

Cel edukacyjny

Usługa: "Kampanie reklamowe w środowisku Meta Ads (Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger) oraz podstawy zrównoważonego marketingu (...)" przygotowuje do samodzielnego i efektywnego wykorzystania narzędzi reklamowych platform Meta, pozwalających na tworzenie oraz zarządzanie kampaniami reklamowymi, które wspierają zieloną gospodarkę poprzez promowanie proekologicznych produktów i usług, minimalizowanie śladu węglowego oraz ograniczenie negatywnego wpływu działań marketingowych na środowisko.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: charakteryzuje funkcje automatycznych botów w Messengerze	omawia w jaki sposób prawidłowe wykorzystanie botów w Messengerze skutecznie zwiększy zaangażowanie użytkowników i lojalność wobec marki	Test teoretyczny
Wiedza: charakteryzuje zasady działania Pixela Facebooka i jego zastosowanie w zielonym marketingu	definiuje podstawowe zasady działania Pixela Facebooka wspierające ekologiczny marketing	Test teoretyczny
Wiedza: identyfikuje formaty reklamowe w Meta Ads oraz ich potencjał do promocji produktów z recyklingu i upcyklingu	wymienia co najmniej trzy formaty reklamowe w Meta Ads, które mogą być skutecznie wykorzystane do promocji produktów z recyklingu	Test teoretyczny
Wiedza: charakteryzuje algorytm Meta (Facebook i Instagram) oraz jego wpływ na zasięgi	wymienia kluczowe zasady działania algorytmu w kontekście zrównoważonego marketingu	Test teoretyczny
Wiedza: analizuje różne grupy demograficzne użytkowników Facebooka i ich wpływ na strategię marketingowe	przedstawia, jak różnice demograficzne wpływają na dostosowanie kampanii reklamowych na Facebooku	Test teoretyczny
Wiedza: identyfikuje narzędzia wspierające integrację działań marketingowych na Facebooku z innymi kanałami cyfrowymi	wskazuje narzędzia wspierające integrację działań marketingowych na Facebooku z kanałami takimi jak e-mail marketing	Test teoretyczny
Wiedza: identyfikuje odpowiednie formaty reklam w Meta Ads z uwzględnieniem ekologii i zrównoważonego marketingu	przedstawia różnice między formatami reklam i ich wpływ na ekologiczność kampanii	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: zarządza katalogiem produktów na Facebooku z myślą o promowaniu ekologicznych produktów	przedstawia sposób organizacji katalogu produktów, promując produkty z recyklingu i upcyklingu	Test teoretyczny
Umiejętność: projektuje kampanię reklamową na Facebooku z uwzględnieniem zasad ekologii i zrównoważonego marketingu	przedstawia projekt kampanii, który zawiera elementy minimalizujące ślad węglowy, promujące produkty ekologiczne oraz optymalizujące zużycie zasobów cyfrowych	Analiza dowodów i deklaracji
Umiejętność: tworzy post promujący ekologiczne działania w ramach kampanii reklamowej na Facebooku	przedstawia projekt posta promocyjnego, który zawiera przekaz edukacyjny i podkreśla ekologiczne korzyści produktu lub usługi	Analiza dowodów i deklaracji
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

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

DZIEŃ PIERWSZY:

Moduł 1. Facebook i Instagram w nowoczesnym marketingu: Strategie zrównoważonego rozwoju i efektywne wykorzystanie algorytmów

- Ewolucja sieci Meta: Od początków do dzisiaj

- Kontekst w ekosystemie social mediów: Co musisz wiedzieć?
- Era urządzeń mobilnych i jej znaczenie
- Facebook jako element strategii marketingowej
- Analiza demograficzna użytkowników Facebooka: Zrozumienie, jak różne grupy demograficzne używają Facebooka i jak to wpływa na strategię marketingową.
- Integracja z innymi kanałami cyfrowymi: Jak efektywnie łączyć działania na Facebooku z innymi kanałami cyfrowymi jak SEO, e-mail marketing.
- Mierzenie zwrotu z inwestycji (ROI) w kampaniach na Facebooku: Techniki i narzędzia do analizy efektywności inwestycji w marketing na Facebooku
- Jak tworzyć treści edukacyjne, które podnoszą świadomość ekologiczną wśród odbiorców.
- Zielone eventy na Facebooku

Moduł 2. Sekrety algorytmu Facebooka i Instagrama: Strategiczne podejście do zielonego marketingu i odpowiedzialnych działań biznesowych

- Jak działa najnowszy algorytm Facebooka i Instagrama?

Moduł 3. Wprowadzenie do Reklam w Meta Ads: Ekologiczne podejście i efektywne zarządzanie zasobami reklamowymi

- Dlaczego reklamy w Meta Ads są efektywne?
- Narzędzia w panelu Ads Manager
- Formaty reklam w Meta Ads
- Wybór celów reklamowych i targetowanie
- Optymalizacja i zarządzanie stawkami
- Dobre praktyki i case studies
- Zaawansowane techniki targetowania w Meta Ads:
- Wykorzystanie danych zewnętrznych do optymalizacji kampanii: Integracja zewnętrznych danych dla lepszego targetowania i personalizacji.
- Analiza konkurencji w Meta Ads: Narzędzia i metody do analizy działań konkurencji w Meta Ads.
- Targetowanie zrównoważonych grup demograficznych: Jak skutecznie docierać do grup odbiorców zainteresowanych ekologią i zrównoważonym stylem życia.
- Ekoefektywne kampanie reklamowe: Nauka, jak minimalizować ślad węglowy kampanii reklamowych.
- Reklamowanie produktów z recyklingu i upcyklingu: Specyfika tworzenia i promowania reklam produktów z recyklingu i upcyklingu.

Moduł 4. Podstawy zakupu powierzchni reklamowej w Meta Ads: Etyczne i odpowiedzialne strategie alokacji zasobów reklamowych

- Mechanizmy aukcyjne: zasięg i częstotliwość
- Strategie budżetowania w kampaniach Meta Ads: Jak efektywnie zarządzać budżetem kampanii

Moduł 5. Technologie wsparcia dla zaawansowanych kampanii: Ekologiczne rozwiązania, ustawienia sklepu i katalogu produktów na Facebooku oraz kreatywne i odpowiedzialne podejście w kampaniach reklamowych

- Zasady działania Pixela Facebooka
- API konwersji: jak zbierać więcej danych?
- Google Tag Manager: kombajn możliwości
- Wykorzystanie SDK w aplikacjach mobilnych
- Automatyzacja procesów w Ads Manager przy użyciu skryptów.
- Integracja Pixela Facebooka z CRM.
- Zastosowanie zaawansowanych funkcji Google Tag Managera w kampaniach na Facebooku: Używanie GTM do zarządzania tagami reklamowymi i śledzenia konwersji.
- Automatyzacja procesów w Ads Manager przy użyciu skryptów.
- Jak nowoczesne narzędzia mogą pomóc w skutecznym i etycznym docieraniu do zainteresowanych ekologią grup.
- Zielone technologie w reklamie: Wprowadzenie do narzędzi, które pomagają zmniejszać negatywny wpływ cyfrowego marketingu na środowisko.

Moduł 6. Ustawienia sklepu i katalogu produktów na Facebooku: Odpowiedzialne i ekologiczne zarządzanie ofertą produktową

- Konfiguracja sklepu i jego elementy
- Zarządzanie katalogiem produktów
- Dynamiczne reklamy (DPA) i magia remarketingu
- Integracja sklepu Facebook z systemami e-commerce.
- Wykorzystanie zaawansowanych funkcji katalogu produktów: Techniki zarządzania katalogiem dla zwiększenia efektywności sprzedaży.
- Analiza wyników sprzedaży z Dynamicznych Reklam (DPA): Metody analizy i optymalizacji kampanii DPA dla maksymalizacji ROI.

- Promowanie produktów ekologicznych w sklepie Facebook: Jak skutecznie wykorzystać platformę do sprzedaży produktów przyjaznych środowisku.
- Zielone strategie dla dynamicznych reklam (DPA): Tworzenie remarketingowych kampanii

Moduł 7. Kreatywność w kampaniach reklamowych: Innowacyjne i odpowiedzialne podejście w zrównoważonym marketingu

- Innowacyjne pomysły na posty i reklamy

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

DZIEŃ DRUGI:

Moduł 8. Marketing na Messengerze: Odpowiedzialne wykorzystanie botów, sztucznej inteligencji i Metaverse w zrównoważonych strategiach

- Messenger jako narzędzie marketingu
- Konfiguracja Messengera do potrzeb biznesowych
- Obsługa klienta przez Messenger
- Automatyzacja konwersacji
- Wprowadzenie do Facebook Botów
- Zaawansowane techniki angażowania użytkowników
- Integracja Messengera z innymi narzędziami marketingowymi
- Case study skutecznych kampanii na Messengerze
- Sesja Q&A
- Personalizacja komunikacji za pomocą botów: Tworzenie spersonalizowanych ścieżek komunikacji, które odpowiadają na specyficzne potrzeby i zainteresowania użytkowników.
- Monitoring i analiza interakcji z botami: Zastosowanie narzędzi analitycznych do śledzenia interakcji użytkowników z botami w celu optymalizacji ich działania i poprawy UX.
- Integracja e-commerce z botami Messenger: Wykorzystanie botów do prowadzenia użytkowników przez proces zakupowy bez opuszczania aplikacji Messenger.
- Automatyzacja obsługi klienta: wprowadzenie botów Messenger.
- Edukacja poprzez boty: tworzenie botów, które dostarczają wartościowych informacji o ekologicznych działaniach.

Moduł 9. Sztuczna inteligencja i Metaverse: Odpowiedzialne technologie w ekologicznym i etycznym świecie cyfrowym

- Narzędzia AI dla Social Media Managera
- Optymalizacja pracy dzięki AI

Moduł 10. Lejki sprzedażowe i strategie remarketingowe: Odpowiedzialna optymalizacja kampanii reklamowych z myślą o ekologicznym marketingu

- Działania w branżach B2C i B2B
- Użycie niestandardowych grup odbiorców
- Integracja z Google Analytics
- Optymalizacja lejków sprzedażowych za pomocą danych analitycznych: Wykorzystanie zaawansowanej analizy danych dofinansowania i poprawy skuteczności lejków sprzedażowych.
- Dynamiczne strategie remarketingowe w różnych kanałach: Integracja kampanii remarketingowych w różnych kanałach cyfrowych dla zwiększenia konwersji.
- A/B testing w lejkach sprzedażowych: Implementacja testów A/B do optymalizacji różnych elementów lejka, takich jak strony lądowania, formularze kontaktowe, czy oferty.
- Wprowadzenie metod włączania zielonych kompetencji i produktów do lejków sprzedażowych.
- Tworzenie strategii remarketingowych, które minimalizują wpływ na środowisko poprzez efektywne wykorzystanie zasobów.

Moduł 11. Optymalizacja Kampanii Reklamowych: Etyczne i ekologiczne podejście do zwiększania efektywności marketingowej

- Śledzenie ROAS i efektywność kosztowa

Moduł 12. Monitoring i analiza efektywności: Odpowiedzialne i ekologiczne podejście do efektywnych kampanii na WhatsApp

- Rodzaje raportów i wskaźników w MetaAds
- Analiza organicznych działań i efektywności treści
- Insights na temat odbiorców
- Zaawansowane metody wizualizacji danych: Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi do wizualizacji danych.
- Real-time monitoring i odpowiedzi: Implementacja systemów monitorowania w czasie rzeczywistym, umożliwiających szybką reakcję na zmiany w danych i wynikach.
- Segmentacja zaawansowana odbiorców: Stosowanie zaawansowanych technik segmentacji

- Rozwój metod monitorowania, które minimalizują wpływ na środowisko, np. poprzez redukcję ilości danych potrzebnych do analiz.
- Analiza wpływu środowiskowego działań marketingowych: Ocena, jak działania marketingowe wpływają na środowisko
- Ustalenie KPIs, które biorą pod uwagę zarówno wyniki biznesowe, jak i wpływ na środowisko.

Moduł 13. Efektywne kampanie na WhatsApp: Odpowiedzialne strategie i ekologiczne podejście w komunikacji marketingowej

- Wprowadzenie do WhatsApp Business

Moduł 14. Dodatkowe narzędzia wsparcia

- Polecane wtyczki i aplikacje
- Narzędzia ułatwiające pracę Social Media Managera
- Integracja z narzędziami do zarządzania zadaniami: Pokazanie, jak połączyć social media management z narzędziami typu Trello, Asana, aby lepiej organizować pracę zespołową.
- Wykorzystanie rozwiązań cloudowych do archiwizacji i współdzielenia materiałów: Użycie chmury do efektywnego przechowywania i dzielenia się materiałami reklamowymi i komunikacyjnymi wewnątrz zespołów.
- Zastosowanie narzędzi do monitorowania konkurencji: Wprowadzenie do narzędzi, które umożliwiają śledzenie działań konkurencji, takich jak SEMrush czy SpyFu, aby lepiej zrozumieć trendy rynkowe i dostosować strategie marketingowe.
- Wykorzystanie zielonych technologii w zarządzaniu mediami społecznościowymi: Promowanie stosowania narzędzi, które są efektywne energetycznie.
- Integracja z zielonymi aplikacjami.
- Edukacja o ekologicznych wtyczkach do przeglądarek: Zalecanie wtyczek, które pomagają w redukcji śladu węglowego podczas pracy w internecie, takich jak te blokujące niepotrzebne skrypty czy redukujące zużycie danych.

Moduł 15. Test

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 dydakt. 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.

CIĄG DALSZY OPISU - w polu "Informacja o materiałach dla uczestników usługi".

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 19

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 M1. Facebook i Instagram w nowoczesnym marketingu: Strategie zrównoważonego rozwoju i efektywne wykorzystanie algorytmów	Barbara Piekarz	15-11-2025	08:00	09:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 19 M2. Sekrety algorytmu Facebooka i Instagrama: Strategiczne podejście do zielonego marketingu i odpowiedzialnych działań biznesowych	Barbara Piekarz	15-11-2025	09:30	11:00	01:30
3 z 19 Przerwa	Barbara Piekarz	15-11-2025	11:00	11:15	00:15
4 z 19 M3. Wprowadzenie do Reklam w Meta Ads: Ekologiczne podejście i efektywne zarządzanie zasobami reklamowymi	Barbara Piekarz	15-11-2025	11:15	12:30	01:15
5 z 19 Przerwa	Barbara Piekarz	15-11-2025	12:30	13:00	00:30
6 z 19 M4. Podstawy zakupu powierzchni reklamowej w Meta Ads: Etyczne i odpowiedzialne strategię alokacji zasobów reklamowych	Barbara Piekarz	15-11-2025	13:00	14:30	01:30
7 z 19 M5. Technologie wsparcia dla zaawansowanych kampanii: Ekologiczne rozwiązania, ustawienia sklepu i katalogu produktów na Facebooku oraz kreatywne i odpowiedzialne podejście w kampaniach reklamowych	Barbara Piekarz	15-11-2025	14:30	15:15	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 19 Przerwa	Barbara Piekarz	15-11-2025	15:15	15:30	00:15
9 z 19 M6. Ustawienia sklepu i katalogu produktów na Facebooku oraz M7. Kreatywność w kampaniach reklamowych.	Barbara Piekarz	15-11-2025	15:30	16:15	00:45
10 z 19 M8. Marketing na Messengerze: Odpowiedzialne wykorzystanie botów, sztucznej inteligencji i Metaverse w zrównoważonych strategiach	Barbara Piekarz	16-11-2025	08:00	09:30	01:30
11 z 19 M9. Sztuczna inteligencja i Metaverse: Odpowiedzialne technologie w ekologicznym i etycznym świecie cyfrowym	Barbara Piekarz	16-11-2025	09:30	10:15	00:45
12 z 19 Przerwa	Barbara Piekarz	16-11-2025	10:15	10:30	00:15
13 z 19 M10. Lejki sprzedażowe i strategie remarketingowe: Odpowiedzialna optymalizacja kampanii reklamowych z myślą o ekologicznym marketingu	Barbara Piekarz	16-11-2025	10:30	11:45	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 19 M11. Optymalizacja Kampanii Reklamowych: Etyczne i ekologiczne podejście do zwiększania efektywności marketingowej	Barbara Piekarz	16-11-2025	11:45	12:30	00:45
15 z 19 Przerwa	Barbara Piekarz	16-11-2025	12:30	13:00	00:30
16 z 19 M12. Monitoring i analiza efektywności: Odpowiedzialne i ekologiczne podejście do efektywnych kampanii na WhatsApp	Barbara Piekarz	16-11-2025	13:00	14:30	01:30
17 z 19 M13. Efektywne kampanie na WhatsApp oraz M14. Dodatkowe narzędzia wsparcia	Barbara Piekarz	16-11-2025	14:30	15:30	01:00
18 z 19 Przerwa	Barbara Piekarz	16-11-2025	15:30	15:45	00:15
19 z 19 M15. Walidacja (test teoretyczny, analiza dowodów i deklaracji)	-	16-11-2025	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

Barbara Piekarz

Ukończyła studia podyplomowe z zakresu Coaching for Life and Business w Wyższej Szkole Handlowej im. Wojciecha Korfatego w Katowicach oraz studia podyplomowe z zakresu Menedżer e-commerce i social media na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Zawodowo marketingiem zajmuję się od 8 lat. Od 2010 r. specjalizuje się w marketingu i PR, zarówno w działach firmowych, jak i prowadząc od 2019 r. własną działalność. Posiada bogate wykształcenie i certyfikaty z zakresu marketingu internetowego. Specjalizuje się w zarządzaniu mediami społecznościowymi, skutecznym prowadzeniu kampanii reklamowych online oraz głębokiej analityce internetowej. REFERENCJE: Szkolenie dla firmy Usługi Transportowe Jarosław Lewandowski, 20h szkoleniowych (z dnia 12.12.2021r.) • Szkolenie dla firmy GROW OUTDOOR Katarzyna Muzyczyszyn, 30h szkoleniowych (z dnia 16.02.2022r.) W ramach projektu „Akademia profesjonalistów – podnoszenie kwalifikacji zawodowych mieszkańców województwa śląskiego” 02-05 2022r., 50h szkoleniowych (z dnia 01.06.2022r.). Trenerka posiada od 2024 udokumentowaną wiedzę z zakresu zrównoważonego rozwoju. 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

CIĄG DALSZY OPISU POLA: "Ramowy program usługi"(zgodnie z sugestią Administratora BUR, aby tekst niemieszczący się w dedykowanym polu z powodu ograniczonej liczby znaków, zamieszczać w innym dostępnym polu Karty usługi):

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 „Kampanie reklamowe w środowisku Meta Ads” wpisuje się w osiągnięcie zielonych kompetencji na kilka sposobów, zgodnie z definicją **„zielonych umiejętności”** zawartą w regulaminie naboru do projektu w ramach FESL 10.17:

1. Tworzenie „zielonych miejsc pracy”: Szkolenie przygotowuje uczestników do pracy w marketingu cyfrowym, który może przyczyniać się do promowania produktów i usług przyjaznych środowisku. Kampanie reklamowe prowadzone na platformach Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger) mogą być wykorzystywane do promowania zielonych inicjatyw, produktów ekologicznych, recyklingu, upcyklingu oraz działań na rzecz ochrony środowiska.

2. Niskoemisyjne technologie i zasobooszczędność: Program omawia sposoby, jak minimalizować ślad węglowy kampanii reklamowych oraz optymalizować zasoby reklamowe w sposób bardziej efektywny i zrównoważony. Przykładem może być sekcja dotycząca ekoefektywnych kampanii reklamowych oraz narzędzia wspomagające minimalizację zużycia zasobów (np. automatyzacja procesów czy wykorzystanie zielonych technologii).

3. Zarządzanie środowiskowe w przedsiębiorstwach: Kurs kładzie nacisk na integrację zrównoważonych działań marketingowych w kampaniach reklamowych, co bezpośrednio wpisuje się w działania zarządzania środowiskowego. Uczestnicy uczą się, jak prowadzić kampanie, które promują ekologiczne podejście do konsumpcji i zrównoważony rozwój, co może mieć pozytywny wpływ na przedsiębiorstwa, które dążą do redukcji emisji i odpowiedzialnego zarządzania zasobami.

4. Promowanie odnawialnych źródeł energii i ochrony środowiska: Szkolenie dotyczy również tworzenia treści edukacyjnych, które mogą podnosić świadomość ekologiczną wśród odbiorców. Poprzez kampanie na Facebooku i Instagramie, firmy mogą promować działania proekologiczne, produkty pochodzące z recyklingu, a także zachęcać do działań na rzecz ochrony środowiska, co wpływa na przywracanie i ochronę ekosystemów.

5. Zielone technologie w reklamie: W programie zawarto elementy dotyczące wykorzystania zielonych technologii w marketingu cyfrowym, jak np. automatyzacja procesów czy zastosowanie bardziej zasobooszczędnych narzędzi (np. Google Tag Manager). Są to technologie, które mogą wspierać redukcję zużycia energii i danych, co ma znaczenie dla firm dążących do minimalizacji ich wpływu na środowisko.

Podsumowując, program szkolenia pomaga zdobywać umiejętności przyczyniające się do budowy zielonej gospodarki, szczególnie w zakresie promowania produktów ekologicznych, minimalizacji wpływu działań marketingowych na środowisko oraz wspierania strategii zrównoważonego rozwoju w cyfrowym marketingu.

.....

Zgodnie z Wykazem obszarów i grup technologii, w odniesieniu do których operatorzy powinni weryfikować usługę rozwojową pod względem spełniania kryterium powiązania z **RIS i PRT**, w przypadku czego możliwe jest otrzymanie **dodatkowych 5 pkt** za udział w usłudze dostosowanej do wymienionych w tym Wykazie branż informujemy, że niniejsze szkolenie **„Kampanie reklamowe w środowisku MetaAds (Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger) oraz podstawy zrównoważonego marketingu w kontekście globalnych wyzwań ekologicznych: szkolenie umożliwiające zmianę zawodu i otwierające nowe ścieżki kariery”**

wpisuje się w **OBSZAR TECHNOLOGICZNY: Technologie informacyjne i telekomunikacyjne – 4.2 Technologie informacyjne.**

Szkolenie realizuje cele i priorytety wyznaczone w następujących dokumentach:

Program Rozwoju Technologii (PRT): Usługa wpisuje się w obszar technologiczny 4.2 „Technologie informacyjne”, który obejmuje rozwój kompetencji i usług związanych z cyfryzacją procesów, automatyzacją działań, analizą danych oraz nowoczesnymi platformami komunikacji cyfrowej. Szkolenie opiera się na wykorzystaniu zaawansowanych narzędzi informatycznych i algorytmów reklamowych, takich jak Pixel Facebooka, Ads Manager, czy API konwersji – co potwierdza bezpośrednie powiązanie z obszarem technologii informacyjnych wskazanym w PRT.

Regionalna Strategia Innowacji Województwa Śląskiego 2030: Szkolenie bezpośrednio nawiązuje do opisanego na stronie 79 RSI 2030 obszaru „Przemysł kreatywny (Creative industries)”, gdzie wskazano rosnącą rolę kreatywnego podejścia do reklamy, marketingu cyfrowego oraz tworzenia treści audiowizualnych jako istotnych elementów nowoczesnej gospodarki regionalnej. Program usługi rozwija kompetencje w zakresie projektowania kampanii reklamowych w ekosystemie Meta (Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp), tworzenia ekologicznego przekazu promocyjnego oraz wykorzystywania narzędzi wspierających zrównoważony marketing – co czyni ją istotnym elementem rozwoju przemysłów kreatywnych w regionie.

Ponadto, szkolenie przyczynia się do rozwoju kompetencji cyfrowych i kreatywnych, będących kluczowymi czynnikami transformacji cyfrowej oraz wzrostu konkurencyjności MŚP – zgodnie z założeniami RSI oraz PRT.

.....

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.

.....

Każdy z uczestników 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.

Warunki uczestnictwa

Minimalna liczba uczestników niezbędna do realizacji usługi: 8 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. Henryka Jordana 18

40-043 Katowice

woj. śląskie

Sala szkoleniowa oznaczona tytułem szkolenia.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Sandra Walczyk

E-mail szkolenia@rcon.com.pl

Telefon (+48) 535 719 407