



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

967 ocen

EcoBranding na Instagramie – Odpowiedzialne Budowanie Wizerunku Online - szkolenie

Numer usługi 2025/08/22/156609/2954671

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 06.11.2025 do 07.11.2025

5 200,00 PLN brutto

5 200,00 PLN netto

216,67 PLN brutto/h

216,67 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do

Pracowników i Właścicieli przedsiębiorstw:

Osoby prowadzące własny biznes, które chcą wzmocnić swoją obecność w mediach społecznościowych, w szczególności na Instagramie, aby zwiększyć rozpoznawalność i zaangażowanie swojej marki

Specjaliści ds. marketingu i social media:

Pracownicy odpowiedzialni za kreowanie strategii marketingowych i prowadzenie mediów społecznościowych, którzy chcą poszerzyć swoje kompetencje w zakresie efektywnego wykorzystania Instagrama do budowania wizerunku marki

Freelancerzy i konsultanci marketingowi:

Osoby świadczące usługi marketingowe na zlecenie, które chcą dostarczać klientom nowoczesne i skuteczne rozwiązania w zakresie brandingu w social mediach

Pracownicy działów PR i komunikacji:

Osoby odpowiedzialne za budowanie relacji z odbiorcami i zarządzanie wizerunkiem marki, zainteresowane wykorzystaniem Instagrama jako platformy do narracji wizualnej i storytellingu

Osoby zainteresowane rozwijaniem własnych kompetencji cyfrowych

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji	05-11-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	24
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 "EcoBranding na Instagramie – Odpowiedzialne Budowanie Wizerunku Online - szkolenie" jest przygotowanie uczestników do świadomego i odpowiedzialnego kreowania wizerunku marki w mediach społecznościowych, w szczególności na platformie Instagram, z uwzględnieniem zielonych kompetencji, zasad etyki komunikacji i zrównoważonego marketingu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą dotyczącą znaczenia spójnego wizerunku marki w mediach społecznościowych	omawia istotę spójnego wizerunku marki w mediach społecznościowych	Test teoretyczny
	omawia działania brandingowe budując zaufanie i lojalność odbiorców	Test teoretyczny
	omawia typy treści angażujących odbiorców oraz zasady korzystania z narzędzi takich jak Canva czy Later	Test teoretyczny
	definiuje strategię działań na Instagramie, dopasowaną do celów biznesowych.	Test teoretyczny
	rozdziela zasady tworzenia skutecznej kampanii oraz optymalizowania jej efektów	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuję się wiedzą z zakresu ecobrandingu w social mediach	Wyjaśnia ideę eco brandingu i jej zastosowanie w mediach społecznościowych.	Test teoretyczny
	Omawia zasady etycznej komunikacji i marketingu opartego na wartościach.	Test teoretyczny
	Charakteryzuje odbiorców marek odpowiedzialnych – tzw. eko osoby.	Test teoretyczny
	Identyfikuje narzędzia i funkcje Instagrama wspierające zrównoważoną komunikację.	Test teoretyczny
	Rozróżnia style i formy treści angażujących odbiorcę w duchu świadomego marketingu.	Test teoretyczny
	Tworzy treści wizerunkowe na Instagram z poszanowaniem wartości ekologicznych i społecznych.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Stosuje skuteczne narzędzia ecobrandingowe	Stosuje narzędzia do planowania treści (np. Later) w celu efektywnego zarządzania harmonogramem postów na Instagramie.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Projektuje spójny plan publikacji uwzględniający wartości marki oraz potrzeby odbiorcy.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Analizuje dane z Insightów Instagrama, aby optymalizować działania brandingowe i dostosowywać strategię do potrzeb grupy docelowej.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Dobiera estetykę i narrację wizualną zgodnie z filozofią slow, less waste i eco.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Posługuje się narzędziami do tworzenia grafik i materiałów cyfrowych (Canva, planner, IG tools).	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Projektuje harmonogram komunikacji z uwzględnieniem celów marki i sezonowości eko.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Buduje wizerunek marki w mediach społecznościowych wykorzystując zielone kompetencje w działaniach promocyjnych swojej marki	Wdraża zielone kompetencje w działaniach promocyjnych: oszczędność zasobów, treści wysokiej jakości zamiast nadprodukcji.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Promuje postawy odpowiedzialne społecznie i środowiskowo poprzez treści na Instagramie.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Uwzględnia wpływ komunikacji marki na środowisko i zachowania konsumentów.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Kształtuje świadome wybory zakupowe odbiorców przez edukacyjny przekaz marki.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Minimalizuje ślad cyfrowy poprzez zrównoważoną publikację treści (np. planowanie, ograniczenie zbędnych postów).	Obserwacja w warunkach symulowanych
Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	Buduje relacje z klientami i obserwatorami oparte na zaufaniu, uczciwości i autentyczności.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Rozwija empatyczną i angażującą komunikację z odbiorcą.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wykazuje inicjatywę w tworzeniu i promowaniu odpowiedzialnych praktyk rynkowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przyjmuje feedback i doskonalić własne działania komunikacyjne.	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

Celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w wiedzę i praktyczne umiejętności efektywnego wykorzystywania Instagrama jako narzędzia do budowania rozpoznawalnego i spójnego wizerunku marki. Uczestnicy nauczą się tworzyć treści, które odzwierciedlają tożsamość marki, angażują odbiorców i wspierają realizację celów biznesowych. Szkolenie przygotowuje do planowania, wdrażania i optymalizacji strategii komunikacji na Instagramie, z uwzględnieniem analizy wyników i wykorzystania najnowszych trendów oraz narzędzi dostępnych na platformie.

Uczestnicy zdobędą wiedzę i praktyczne umiejętności z zakresu planowania treści, tworzenia spójnej estetyki wizualnej, budowania relacji z odbiorcami oraz prezentowania wartości marki w duchu eko i slow marketingu.

Usługa przeplatana jest zajęciami praktycznymi w celu lepszego przyswojenia wiedzy i umiejętności uczestników.

Dzień 1 – Fundamenty komunikacji wizualnej i zielonego brandingu

Moduł 1: Wprowadzenie do EcoBrandingu (2h)

- Czym jest eco branding i dlaczego jest przyszłością marek?
- Instagram jako narzędzie komunikacji odpowiedzialnej i zrównoważonej
- Zielone kompetencje w marketingu – definicje, przykłady i zastosowanie
- Trendy eko, slow life i świadomy konsumpcjonizm w social mediach

Moduł 2: Tożsamość marki i wartości (2h)

- Warsztat: określenie misji, wizji i wartości Twojej marki
- Jak mówić językiem wartości bez greenwashingu?
- Spójność komunikacyjna – kolorystyka, ton, styl, forma
- Przykłady marek promujących autentyczność i odpowiedzialność

Moduł 3: Persona ekologicznego odbiorcy (2h)

- Tworzenie persony: kim jest odbiorca świadomy i zaangażowany?
- Analiza psychograficzna – potrzeby, wartości, styl życia
- Ścieżka klienta i budowanie lojalności przez odpowiedzialny przekaz

Moduł 4: Content z wartością – planowanie treści (3h)

- Tworzenie treści edukacyjnych, inspirujących i zaangażowanych
- Jak opowiadać o ekologii i odpowiedzialności w praktyce?
- Plan treści – matryca postów w duchu eko
- Narzędzia planowania i tworzenia harmonogramów

Moduł 5: Fotografia i estetyka naturalnego feedu (2h, 15min)

- Storytelling wizualny – jak tworzyć zdjęcia, które przekazują wartości?
- Zdjęcia autentyczne vs. komercyjne – jak znaleźć balans?
- Warsztat: ćwiczenia z kadrowania, naturalnego światła i kompozycji

Dzień 2 – Praktyka, strategia i zielone narzędzia cyfrowe (10h dydaktycznych)

Moduł 6: Instagram Stories, Reels i relacje z odbiorcami (2h)

- Jak tworzyć ekologiczne i angażujące treści w formatach stories/reels?
- Przykłady kampanii edukacyjnych, eko-wyzwań, mikroedukacji

- Interakcje: quizy, pytania, głosowania – budowanie społeczności

Moduł 7: Zielone kompetencje w działaniach online (2h)

- Digital minimalism – jak ograniczyć ślad cyfrowy?
- Tworzenie treści z umiarem – mniejszy hałas, większa wartość
- Transparentność w komunikacji – jak pokazywać kulisy i proces?
- Praca z narzędziami w duchu „less waste content”

Moduł 8: Canva i inne eko-narzędzia graficzne (2h, 15min)

- Tworzenie materiałów graficznych z szablonów Canvy
- Projektowanie spójnych grafik bez nadprodukcji treści
- Szablony promujące świadomość, edukację i misję marki
- Praca warsztatowa – przygotowanie 3 grafik spójnych z misją eko

Moduł 9: Strategia działania – ekomarketing w planie rocznym (3h,30min)

- Tworzenie długoterminowej strategii działań na Instagramie
- Planowanie kampanii wokół dat ekologicznych i sezonowości
- Matryca „wartość vs. sprzedaż” – jak zrównoważyć intencje

Moduł 10: Konsultacje (30min)

- Omówienie postępów i pomysłów uczestników
- Wspólne opracowanie planu wdrożenia zasad eko w social mediach
- Podsumowanie,

Walidacja (15min)

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne.

Usługa prowadzona jest w formie wykładu, zajęć praktycznych oraz dyskusji otwartej z uczestnikami szkolenia.

Dodatkowe warunki przystąpienia do szkolenia - podstawowa znajomość obsługi komputera.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (45 min). Przerwy zostały wliczone do 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	5 200,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	216,67 PLN
Koszt osobogodziny netto	216,67 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

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.



2 z 2

Beata Argalska

Posiada ponad 7 letnie doświadczenie w Marketingu. Swoją karierę zaczynała w lifestylowym magazynie, agencji reklamowej i grupie deweloperskiej. Jest specjalistką w dziedzinie komunikacji marketingowej, insightu konsumenckiego, budowania strategii Social Media i marketingu deweloperskiego.

Od 2019 roku świadczy usługi w zakresie doradztwa i szkoleń z budowania strategii marketingowej oraz tworzenia kampanii reklamowych.

Wykształcenie wyższe:

- Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu (mgr turystyki i rekreacji)

- Uniwersytet Gdański - Reklama i marketing medialny ukończone w 2019 roku

- Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku - Grafika i multimedia, studia podyplomowe ukończone w 2021 roku

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).

Warunki techniczne

Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy Teams

W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować:

- komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;
- dostęp do sieci Internet, w zależności od wybranej jakości transmisji, o przepustowości łącza co najmniej: 240p 500 kbps 360p 1 Mbps 720p 3 Mbps, 1080p 7 Mbps 2K 12 Mbps 4K 22 Mbps;
- aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;
- kamerką internetową i mikrofonem – jeżeli Uczestnik chce być widoczny i porozumiewać się głosowo z prowadzącym Szkolenie online;
- Adobe acrobat w najnowszej wersji.

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+89) 451 055 967