



Marketing Przyszłości - Eco-Inspiracje, Zielone Kompetencje i Skuteczne Strategie dla Zrównoważonego Biznesu - szkolenie - szkolenie

Numer usługi 2025/10/30/156609/3117642

5 100,00 PLN brutto
5 100,00 PLN netto
212,50 PLN brutto/h
212,50 PLN netto/h

IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 251 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 21.04.2026 do 22.04.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie „**Marketing Przyszłości – Eco-Inspiracje, Zielone Trendy i Skuteczne Strategie dla Zrównoważonego Biznesu**” skierowane jest do właścicieli firm, menedżerów, specjalistów ds. marketingu, PR i komunikacji, a także osób odpowiedzialnych za rozwój strategii marki i wizerunku przedsiębiorstwa. Uczestnikami mogą być również freelancerzy, twórcy treści, pracownicy agencji reklamowych oraz osoby planujące rozpoczęcie działalności w branży kreatywnej lub marketingowej.

Szkolenie dedykowane jest osobom, które chcą wdrażać w swojej pracy **nowoczesne i etyczne strategie marketingowe**, oparte na zasadach zrównoważonego rozwoju, ekologicznej komunikacji i odpowiedzialnego storytellingu. Uczestnicy poszukują narzędzi, które pozwolą im budować **autentyczny wizerunek marki**, rozwijać relacje z klientami świadomymi ekologicznie oraz tworzyć treści promujące wartości prośrodowiskowe i społeczne.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

20-04-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

24

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego projektowania, wdrażania i rozwijania skutecznych strategii marketingowych opartych na zasadach zrównoważonego rozwoju, autentycznej komunikacji marki oraz najnowszych trendach eco & smart marketingu, umożliwiających budowanie długofalowych relacji z klientami, zwiększanie zaangażowania odbiorców i wzmacnianie wizerunku firmy jako odpowiedzialnej, nowoczesnej i etycznej marki przyszłości.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu tworzenia strategii marketingowych zorientowanych na przyszłość, uwzględniających dynamiczne zmiany rynkowe, technologiczne i społeczne	analizuje zaawansowane trendy globalne dotyczące ekologicznego marketingu, ESG i CSR	Test teoretyczny
	charakteryzuje narzędzia i modele marketingu niskoemisyjnego	Test teoretyczny
	wyjaśnia zasady projektowania treści i doświadczeń zgodnie z green UX/UI	Test teoretyczny
	rozpoznaje mechanizmy psychologiczne wpływające na zachowania proekologiczne	Test teoretyczny
	omawia zasady transparentnej komunikacji opartej na danych środowiskowych	Test teoretyczny
	identyfikuje ryzyka greenwashingu na poziomie decyzji strategicznych	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Buduje strategię marketingową ukierunkowaną na przyszłość, opartą na trendach rynkowych, innowacyjnych i technologicznych	projektuje wielopoziomowe strategie eco-marketingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
	tworzy zielony storytelling i circular content	Obserwacja w warunkach symulowanych
	buduje kampanie oparte na danych środowiskowych i wartościach ESG	Obserwacja w warunkach symulowanych
	optymalizuje treści, procesy i kanały komunikacji w duchu zrównoważonego rozwoju	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykorzystuje wiedzę psychologiczną do tworzenia etycznych przekazów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje zieloną narrację marki i strategię zarządzania reputacją	Obserwacja w warunkach symulowanych
Buduje strategię marketingową zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju i zielonych kompetencji	stosuje zasady zrównoważonego marketingu, minimalizując negatywny wpływ działań komunikacyjnych na środowisko,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje działania komunikacyjne w duchu less waste – ograniczając nadprodukcję treści i dbając o ich jakość	Obserwacja w warunkach symulowanych
	charakteryzuje odpowiedzialne praktyki w zakresie doboru narzędzi, materiałów i partnerów biznesowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	buduje przekaz marki w oparciu o idee ekologii, etyki i odpowiedzialności społecznej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	definiuje strategie komunikacyjne wspierające realizację celów ESG i promujące świadome postawy konsumenckie	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	prezentuje postawę otwartości i gotowości do dialogu w komunikacji z odbiorcami,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	identyfikuje i respektuje potrzeby różnych grup interesariuszy w procesie komunikacji marki	Obserwacja w warunkach symulowanych
	rozwija umiejętność refleksyjnego i etycznego podejścia do działań marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	inicjuje działania edukacyjne i inspirujące w obszarze ekologii, etyki i zrównoważonego rozwoju w biznesie	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przyjmuje postawę otwartości na feedback i rozwój kompetencji w duchu współpracy	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 stanowi kompleksowe i zaawansowane wprowadzenie do nowoczesnego marketingu opartego na wartościach zrównoważonego rozwoju, realnym wpływie środowiskowym i transformacji komunikacji marek. Uczestnicy poznają najnowsze globalne trendy, modele i narzędzia, które będą kształtować marketing w kolejnych latach – od strategii opartych na ESG i danych środowiskowych, przez green UX/UI i circular content design, aż po tworzenie zielonych narracji i kampanii transformacyjnych, które budują trwałą reputację marki.

Kurs łączy pracę strategiczną, kreatywną i analityczną. Uczestnicy nauczą się projektować kampanie, które nie tylko sprzedają, ale także wzmacniają odpowiedzialny wizerunek, angażują odbiorców i wspierają długoterminową zmianę proekologiczną zgodną z zasadami zielonych kompetencji.

Szkolenie kładzie nacisk na praktykę – uczestnicy tworzą własne eko-strategie, przeprowadzają analizy, opracowują treści i uczą się, jak wdrażać zrównoważone działania w codziennej pracy.

Na szkoleniu przekazana zostanie uczestnikom wiedza pozwalająca na udoskonalenie umiejętności wykorzystania narzędzi marketingowych dopasowanych do trendów.

Usługa przeplatana jest zajęciami praktycznymi w celu lepszego przyswojenia wiedzy i umiejętności uczestników. Usługa prowadzona jest w formie wykładu, zajęć praktycznych oraz dyskusji otwartej z uczestnikami szkolenia. Usługa jest prowadzona przez obojga trenerów jednocześnie. Brak możliwości uwzględnienia tego w harmonogramie.

Moduł 1 – Globalne trendy zrównoważonego marketingu 2030+ (2h – teoria)

- Makrotrendy: dekarbonizacja komunikacji, slow content, digital sustainability
- ESG jako drogowskaz dla marketingu przyszłości
- Zielone modele biznesowe: regenerative brands, circular-first communication
- Rola marketingu w realnym ograniczaniu emisji

Moduł 2 – Archetypy i tożsamość marek zrównoważonych (2h – teoria + warsztat)

- Eco-archetypy marki: opiekun, twórca równowagi, rebeliant ekologiczny
- Jak budować narrację zgodną z wartościami środowiskowymi
- Unikanie greenwashingu na poziomie strategii

Moduł 3 – Neuromarketing etyczny i zachowania proekologiczne (2h – teoria + ćwiczenia)

- Mechanizmy podejmowania decyzji związanych z ekokonsumpcją
- Jak budować przekazy, które nie manipulują, a angażują
- Psychologia percepcji treści „zielonych”
- Projektowanie komunikatów zmieniających nawyki klientów

Moduł 4 – Circular Content Design (5h – teoria + praktyka)

- Tworzenie treści zamkniętego obiegu: minimalizacja śladu węglowego treści
- Wielopoziomowa optymalizacja materiałów: evergreen + modular content
- Jak projektować kampanie, które żyją dłużej i zużywają mniej zasobów
- Budowa systemów treści regeneracyjnych

Moduł 5 – Green UX/UI i projektowanie doświadczeń eko-klienta (2h – teoria + ćwiczenia)

- Eko-design w interfejsach: jasność komunikatu, minimalizacja klikalności
- Efektywność energetyczna stron www i materiałów multimedialnych
- Projektowanie „zielonej ścieżki użytkownika”

Moduł 6 – Dane środowiskowe w marketingu (3h – teoria + warsztat)

- Jak wykorzystywać dane ESG, środowiskowe i społeczne w komunikacji
- Wskaźniki wpływu i raportowanie efektów marketingowych
- Tworzenie transparentnych komunikatów opartych na danych

Moduł 7 – Eco-Storytelling PRO (2h – teoria + praktyka)

- Historie, które zmieniają zachowania klientów i wpływają na empatię
- Struktura narracji ekologicznej: od problemu do zmiany
- Storytelling oparty na realnym wpływie ecomarki

Moduł 8 – Zaawansowane strategie kampanii eco-marketingowych (3h – warsztat)

- Tworzenie kampanii komunikujących odpowiedzialność
- Integracja wartości środowiskowych z celem sprzedażowym
- Narzędzia digitalowe wspierające eco-strategie
- Projekt grupowy: stworzenie wielopoziomowej strategii eco-kampanii

Moduł 9 – Budowanie zielonej reputacji marki i odpornych społeczności (2h – teoria + praca koncepcyjna)

- Mechanizmy budowy długoterminowego zaufania
- Praca z społecznościami lokalnymi i mikrospołecznościami
 - Tworzenie roadmapy działań transformacyjnych marki

Walidacja (15min)

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne.

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: 12

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 12 Moduł 1 – Globalne trendy zrównoważonego marketingu 2030+ (współdzielenie ekranu, dyskusja, chat, wykład)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	21-04-2026	08:30	10:00	01:30
2 z 12 Moduł 2 – Archetypy i tożsamość marek zrównoważonych (współdzielenie ekranu, chat, dyskusja, wykład, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	21-04-2026	10:00	11:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 12 Moduł 3 – Neuromarketing etyczny i zachowania proekologiczne (współdzielenie ekranu, chat, dyskusja, wykład, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	21-04-2026	11:30	13:00	01:30
4 z 12 przerwa	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	21-04-2026	13:00	13:30	00:30
5 z 12 Moduł 4 – Circular Content Design (współdzielenie ekranu, chat, dyskusja, wykład, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	21-04-2026	13:30	17:15	03:45
6 z 12 Moduł 5 – Green UX/UI i projektowanie doświadczeń eko-klienta	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-04-2026	08:30	10:00	01:30
7 z 12 Moduł 6 – Dane środowiskowe w marketingu (współdzielenie ekranu, chat, dyskusja, wykład, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-04-2026	10:00	12:15	02:15
8 z 12 przerwa	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-04-2026	12:15	12:45	00:30
9 z 12 Moduł 7 – Eco-Storytelling PRO (współdzielenie ekranu, chat, dyskusja, wykład, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-04-2026	12:45	14:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 12 Moduł 8 – Zaawansowane strategie kampanii eco-marketingowych (współdzielenie ekranu, chat, dyskusja, wykład, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-04-2026	14:15	15:45	01:30
11 z 12 Moduł 9 – Budowanie zielonej reputacji marki i odpornych społeczności (współdzielenie ekranu, chat, dyskusja, wykład, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-04-2026	15:45	17:15	01:30
12 z 12 walidacja (współdzielenie ekranu, chat, test)	-	22-04-2026	17:15	17:45	00:30

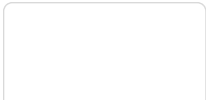
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 100,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	212,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	212,50 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 współprace 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.

Posiada kilkuletnie doświadczenie w doradztwie i szkoleniach z budowania strategii marketingowej oraz tworzenia kampanii reklamowych.

Moje wykształcenie:

- Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu (mgr turystyki i rekreacji)
- Uniwersytet Gdański - Reklama i marketing medialny
- Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku - Grafika i multimedia

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom 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).

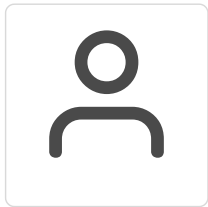
Warunki techniczne

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