



SNH Magdalena

Kaźmierczak -

Polowczyk

★★★★★ 4,9 / 5

5 238 ocen

Transparentna i odpowiedzialna komunikacja w obszarze zrównoważonego rozwoju oraz identyfikowanie i przeciwdziałanie zjawisku greenwashingu

Numer usługi 2025/11/07/15618/3133549

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 44 h

📅 19.01.2026 do 22.01.2026

11 000,00 PLN brutto

11 000,00 PLN netto

250,00 PLN brutto/h

250,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Grupa docelowa usługi	Kurs skierowany jest do osób odpowiedzialnych za komunikację w przedsiębiorstwie, w szczególności do właścicieli, członków zarządu, kadry kierowniczej, managerów strategicznych, pracowników działów marketingu, specjalistów ds. reklamy lub PR, osób współpracujących z klientami i kontrahentami, a także osób zajmujących się zakupami/zamówieniami w przedsiębiorstwie.
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	25
Data zakończenia rekrutacji	18-01-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	44
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa pn. Transparentna i odpowiedzialna komunikacja w obszarze zrównoważonego rozwoju oraz identyfikowanie i przeciwdziałanie zjawisku greenwashingu przygotowuje do odpowiedzialnego komunikowania w zakresie zrównoważonego rozwoju, w tym identyfikowania i przeciwdziałania zjawisku greenwashingu w działaniach marketingowych i komunikacyjnych przedsiębiorstwa.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje uwarunkowania prawne dotyczące komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	omawia regulacje krajowe i unijne w kontekście odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	omawia krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu	Test teoretyczny
	opisuje obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
Charakteryzuje zjawisko greenwashingu	wyjaśnia definicję greenwashingu	Test teoretyczny
	omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing)	Test teoretyczny
	wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu	Test teoretyczny
	podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż	Test teoretyczny
	wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu	Test teoretyczny
	omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów	Test teoretyczny
	opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne)	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do prośrodowiskowych aspektów produktów i usług	wymienia typowe sformułowania stosowane w języku greenwashingu	Test teoretyczny
	wskazuje w komunikatach marketingowych (np. w reklamach, na etykietach) hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu	Test teoretyczny
	opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem	Test teoretyczny
Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej	wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową	Test teoretyczny
	identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem	Test teoretyczny
	wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju	wyjaśnia znaczenie oznaczeń odnoszących się do zgodności produktu, usługi lub działalności z zasadami zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	wymienia przykładowe oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zintegrowanego rozwoju	Test teoretyczny
	omawia kryteria świadczące o wiarygodności certyfikatów i znaków jakości w zakresie zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	wymienia certyfikaty i znaki jakości, które nie spełniają kryteriów świadczących o wiarygodności certyfikatu lub znaku jakości	Test teoretyczny
	opisuje sposoby weryfikowania wiarygodności oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
Analizuje działania podmiotu w kontekście postępowania zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju	podaje przykłady działań zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	wskazuje przykłady działań, które mogą świadczyć o stosowaniu przez podmiot greenwashingu	Test teoretyczny
	wymienia narzędzia do wykrywania działań o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje strategie unikania greenwashingu	opisuje metody minimalizowania ryzyka występowania greenwashingu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa	Test teoretyczny
	opisuje przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	omawia standardy i dobre praktyki dotyczące odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	wymienia działania i mechanizmy sprzyjające budowaniu odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	określa kryteria wyboru dostawców, wykonawców, usługodawców w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	określa cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
Realizuje działania z zakresu przeciwdziałania greenwashingowi	rozpoznaje sygnały ostrzegawcze, nieuczciwe praktyki przedsiębiorców i naruszenia przepisów w zakresie greenwashingu	Test teoretyczny
	wymienia instytucje, które przyjmują zgłoszenia w zakresie stosowania greenwashingu	Test teoretyczny
	opisuje rolę Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz innych instytucji w przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	opisuje procedury zgłaszania działań mających znamiona greenwashingu	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

Szkolenie skierowane jest dla osób odpowiedzialnych za komunikację w przedsiębiorstwie, w szczególności do właścicieli, członków zarządu, kadry kierowniczej, managerów strategicznych, pracowników działów marketingu, specjalistów ds. reklamy lub PR, osób współpracujących z klientami i kontrahentami, a także osób zajmujących się zakupami/zamówieniami w przedsiębiorstwie, którzy chcą podnieść swoje kompetencje w zakresie zrównoważonego rozwoju, identyfikowania greenwashingu oraz przeciwdziałania nieuczciwym praktykom marketingowym.

DZIEŃ 1

Greenwashing i świadoma konsumpcja: definicje, znaczenie oraz podstawy prawne

1. Test początkowy. Przedstawienie trenera, przedstawienie się uczestników, program, zasady współpracy.
2. Wprowadzenie do szkolenia – cele oraz kompetencje, które zostaną nabyte podczas szkolenia.
3. Definicja i znaczenie greenwashingu.
4. Formy greenwashingu: greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing.
5. Definicja i znaczenie świadomej konsumpcji.
6. Ćwiczenie.
7. Skąd bierze się presja dotycząca fałszowania danych produktów i usług i czy łatwo jest odbudować zaufanie klientów.
8. Przyczyny występowania i stosowania greenwashingu w różnych branżach.
9. Przykłady działań noszące znamiona greenwashingu: najczęściej stosowane techniki i praktyki
10. Skutki stosowania greenwashingu dla wizerunku, finansów, prawa i relacji z klientami w przedsiębiorstwie.
11. Ćwiczenie.
12. Podstawy prawne: Krajowe i unijne regulacje prawne dot. komunikacji marketingowej w obszarze ESG, greenwashingu i świadomości konsumenckiej.
13. Obowiązki przedsiębiorstwa i odpowiedzialność wobec prawa.
14. Zakres działań i roli UOKiK i pozostałych instytucji w zapobieganiu greenwashingowi.
15. Analiza komunikacji marketingowej - identyfikacja elementów greenwashingu: analiza 3 reklam: greenwashing czy rzetelna komunikacja?
16. Dyskusja: kiedy „zielona” narracja wprowadza w błąd, a kiedy jest autentyczna?
17. Podsumowanie dnia: pytania i odpowiedzi.

DZIEŃ 2

Analiza i weryfikacja komunikatów: jak umiejętnie rozpoznać zagrożenia i nieuczciwe praktyki

1. Typowe hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu
2. Komunikaty marketingowe będące greenwashingiem.
3. Analiza języka reklam i etykiet.

4. Ćwiczenie.
5. Przykłady z rynku polskiego i światowego.
6. Omówienie narzędzi do oceny wiarygodności przekazu.
7. Co zrobić, gdy zostanie stwierdzona niezgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej.
8. Ćwiczenie.
9. Weryfikacja zgodności produktów/usług z deklaracjami marketingowymi.
10. Kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową.
11. Metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności.
12. Ćwiczenie.
13. Analiza oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości.
14. Wiarygodne i niewiarygodne oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność lub niezgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zrównoważonego rozwoju.
15. Jak sprawdzić autentyczność oznaczeń.
16. Ćwiczenie.
17. Podsumowanie dnia: pytania i odpowiedzi.

DZIEŃ 3

Strategia unikania greenwashingu

1. 1. Standardy i dobre praktyki, przejrzysta komunikacja w ramach kontroli jakości, rozwoju, komunikacji i poprawnego wizerunku.
2. Przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju.
3. Ćwiczenie.
4. Metody minimalizacji ryzyka greenwashingu: Audyt wewnętrzny i zewnętrzny, Weryfikacja dostawców i partnerów, Kryteria wyboru produktów/usług.
5. Ćwiczenie.
6. Budowanie kultury odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwie.
7. Mechanizmy angażowania pracowników w zakresie odpowiedzialności w obszarze przeciwdziałania greenwashingowi.
8. Ćwiczenie.
9. Opracowanie planu komunikacji marketingowej zgodnego z ESG w obszarze: Środowisko (emisja CO₂, ślad węglowy, energia odnawialna, opakowania ekologiczne), Społeczeństwo (działania na rzecz lokalnej społeczności, równość płci, bezpieczeństwo i dobrostan fizyczny i psychiczny pracowników, dokładna i zrozumiała edukacja), Ład korporacyjny (przejrzystość raportowania, etyka w biznesie, przeciwdziałanie korupcji, odpowiedzialny i wiarygodny łańcuch dostawców i odbiorców).
10. Ćwiczenie.
11. Podsumowanie dnia: pytania i odpowiedzi.

DZIEŃ 4 Przeciwdziałanie i reagowanie

1. 1. Sygnały ostrzegawcze i nieuczciwe praktyki dotyczące naruszeń przepisów w zakresie greenwashingu: jak szybko je wykrywać.
2. Lista kontrolna „wczesnego ostrzegania” dla działu marketingu.
3. Ćwiczenie.
4. Procedury i działania, które powinny być wszczęte w przypadku podejrzenia greenwashingu.
5. Rola UOKiK, Komisji Europejskiej, organizacji branżowych i pozarządowych (NGO) w przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom o charakterze greenwashingu.
6. Ćwiczenie.
7. Opracowanie procedury przeciwdziałania greenwashingowi w przedsiębiorstwie.
8. Włączenie osób z zewnątrz (inwestorów, klientów, partnerów) w proces monitorowania.
9. Ćwiczenie: uczestnicy reagują na hipotetyczne zgłoszenie greenwashingu w przedsiębiorstwie.
10. Ćwiczenie.
11. Refleksje po szkoleniu.
12. Podsumowanie dnia: pytania i odpowiedzi.
13. Test końcowy: walidacja.

Szkolenie prowadzone jest w godzinach dydaktycznych (1 godzina = 45min.)

Szkolenie zdalne w czasie rzeczywistym poprzez platformę ZOOM.US

W procesie szkoleniowym zostały zaplanowane przerwy, które nie są wliczane do procesu kształcenia oraz walidacja, która jest wliczona do czasu trwania usługi rozwojowej i procesu kształcenia.

Kurs przeprowadzany będzie w formie online, bez podziału na grupy. Uczestnicy mają możliwość korzystania zarówno z kamery jak i mikrofonu. Pytania można również zadawać za pomocą czatu.

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	11 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	11 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Katarzyna Szulc

Posiada wieloletnie doświadczenie w prowadzeniu wewnętrznych i zewnętrznych projektów dla firm, wspomagających skuteczną komunikację w obszarze zrównoważonego rozwoju i HACCP. Ekspertka odpowiedzialna za wdrażanie i audytowanie strategii polegających na promowaniu produktów, usług i rozwiązań, które uwzględniają aspekty ekologiczne i społeczne, ale również związane z bezpieczeństwem żywności, ochroną środowiska i zdrowiem. Absolwentka Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu na kierunku: Filologia polska. Certyfikowany pełnomocnik i specjalista HACCP (Certyfikat wydany przez Global Head of Training Lloyd's Register, nr certyfikatu GDK 0006796/0692_6, wydany 11.05.2021 r.). W 2024 roku uzyskany tytuł zawodowy Inspektora ds. BHP. Jest praktykiem w zakresie Lean Management tworzenia procesów biznesowych, wdrażania rozwiązań Kaizen, Ukończyła wiele kursów, m.in. „5S – szkolenie z Ekspertem”, "Kurs Komunikacji empatycznej i aktywnego słuchania", „Raportowanie ESG w praktyce”, „Zrównoważony marketing w praktyce”. Trener posiada minimum 3-letnie doświadczenie w obszarze związanym z komunikacją marketingową w obszarze zrównoważonego rozwoju, a także wieloletnie doświadczenie w zakresie realizacji usług rozwojowych (zrealizowanie ponad 1000 godzin kursów i warsztatów).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- tablice interaktywne - Miro
- materiały dla uczestników usługi
- dostęp do aktów prawnych w zakresie zielonej transformacji

Warunki techniczne

a) usługa będzie prowadzona za pośrednictwem platformy zoom.us

b) minimalne wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny/laptop, kamera wbudowana/na USB, mikrofon, słuchawki/ głośniki Processor and RAM requirements Minimum Processor Single Core 1Ghz or Higher RAM 2GB Recommended Dual Core 2Ghz or Higher (i3/i5/i7 or AMD equivalent) RAM 4GB Przewodowy lub bezprzewodowy (3G or 4G/LTE). Minimum bandwidth is 600kbps (up/down) and recommended is 1.5 Mbps

c) minimalne wymagania dotyczące łącza sieciowego: minimum 70 kb/s downloadu

d) niezbędne oprogramowanie: minimum Windows XP/MacOS High Sierra, przeglądarka internetowa (marka nie ma znaczenia)

e) okres ważności linku do zakończenia szkolenia (wg harmonogramu)

Kontakt



Izabela Wikaryjczyk

E-mail izabela.wikaryjczyk@wp.pl

Telefon (+48) 887 038 880