



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 299 ocen

EkoContent Marketing – Strategia Komunikacji w Stylu Eco & Smart - szkolenie

Numer usługi 2025/12/03/156609/3189759

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

238,10 PLN brutto/h

238,10 PLN netto/h

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 21 h

📅 03.03.2026 do 10.03.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą, mikroprzedsiębiorców oraz freelancerów świadczących usługi w różnych branżach, w tym m.in. kosmetologii, wellness, fizjoterapii, edukacji, fotografii, doradztwa, rękodzieła, księgowości, stylizacji czy coachingu. Uczestnikami mogą być zarówno osoby początkujące, które dopiero rozpoczynają budowanie swojej marki i obecności na rynku, jak i ci, którzy prowadzą działalność już od pewnego czasu, ale chcą uporządkować działania promocyjne, odświeżyć komunikację i wdrożyć skuteczne, etyczne i ekologiczne rozwiązania marketingowe. Szkolenie jest również odpowiednie dla osób chcących promować swoje usługi w duchu zrównoważonego rozwoju, z poszanowaniem środowiska i wartości społecznych. Nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie marketingowe – wystarczą chęci do rozwoju i gotowość do praktycznego działania na rzecz widoczności własnej marki.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

02-03-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

21

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego i świadomego tworzenia oraz planowania strategii content marketingowej w duchu zrównoważonego rozwoju poprzez nabycie wiedzy i umiejętności w zakresie projektowania treści wizualnych i wideo, opracowywania odpowiedzialnych kampanii komunikacyjnych oraz budowania autentycznego wizerunku marki z poszanowaniem wartości ekologicznych, etycznych i społecznych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu Budowania Contentu	Definiuje pojęcie content marketingu oraz jego znaczenie w budowaniu zrównoważonej marki.	Test teoretyczny
	Omawia zasady etycznej i odpowiedzialnej komunikacji w marketingu internetowym.	Test teoretyczny
	Rozpoznaje cechy treści zgodnych z ideą green marketingu i CSR	Test teoretyczny
	Wyjaśnia znaczenie storytellingu w komunikacji marki zrównoważonej.	Test teoretyczny
Buduje własny content	Wskazuje źródła trendów komunikacyjnych wspierających świadome wybory konsumenckie.	Test teoretyczny
	Tworzy personę klienta w oparciu o wartości społeczne i środowiskowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Projektuje plan treści komunikacyjnych uwzględniający odpowiedzialność marki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Redaguje treści w duchu less waste – krótkie, konkretne, transparentne.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Postępuje narzędziami do planowania i publikacji treści (np. Canva, planery social media).	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera formy i kanały przekazu do grupy docelowej z uwzględnieniem jej świadomości ekologicznej.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uwzględnia zielone kompetencje w budowaniu contentu	Uwzględnia aspekty środowiskowe, społeczne i etyczne w tworzonych treściach i strategii komunikacyjnej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Stosuje zasady świadomej komunikacji: promuje produkty/usługi niskoprzetworzone, lokalne, zero waste.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Buduje treści wzmacniające odpowiedzialne postawy konsumenckie.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Promuje zieloną tożsamość marki – długofalowe myślenie zamiast szybkiego efektu.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wdraża komunikację zgodną z ideą zrównoważonego rozwoju i gospodarki obiegu zamkniętego.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Rozwija kompetencje społeczne	Komunikuje się z szacunkiem do odbiorcy, promując otwartość i empatię.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Buduje świadomy wizerunek marki opartej na wartościach.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Współpracuje przy tworzeniu i realizacji kampanii zgodnych z etyką i transparentnością.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Reaguje na potrzeby klienta z uwzględnieniem odpowiedzialności społecznej i ekologicznej.	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 „**EkoContent Marketing – Strategia Komunikacji w Stylu Eco & Smart**” to intensywny, dwudniowy program rozwojowy, który łączy nowoczesne narzędzia marketingu internetowego z zasadami zrównoważonej komunikacji i świadomego budowania wizerunku marki. Uczestnicy uczą się, jak tworzyć treści, które są nie tylko skuteczne sprzedażowo, ale też spójne z wartościami ekologicznymi, etycznymi i społecznymi.

Podczas zajęć uczestnicy poznają aktualne trendy w content marketingu, uczą się projektować grafiki, wideo i kampanie w duchu **eco storytellingu**, a także tworzyć strategię komunikacji oparte na wartościach ESG (środowisko, społeczeństwo, ład korporacyjny). Szkolenie łączy teorię z dużą dawką praktyki – praca z narzędziami takimi jak **Canva** i **CapCut** pozwala od razu zastosować zdobytą wiedzę w realnych projektach marketingowych.

Uczestnicy dowiedzą się, jak tworzyć treści zgodne z zasadą *slow content*, jak planować publikacje w sposób ograniczający nadprodukcję informacji i ślad cyfrowy oraz jak komunikować działania firmy bez ryzyka greenwashingu. Duży nacisk położono na rozwój kompetencji przyszłości – etyczną komunikację, świadome korzystanie z technologii i odpowiedzialne zarządzanie marką w erze transformacji ekologicznej.

Szkolenie ma charakter **praktyczno-strategiczny**, skierowany do osób, które chcą podnieść jakość swoich treści marketingowych, jednocześnie dbając o autentyczność przekazu, środowisko i społeczny wpływ działań komunikacyjnych.

Usługa przeplatana jest zajęciami praktycznymi w celu lepszego przyswojenia wiedzy i umiejętności uczestników. Usługa prowadzona przez obojga trenerów jednocześnie, brak możliwości dodania w harmonogramie.

DZIEŃ 1 – Fundamenty zrównoważonego i wizualnego content marketingu

Moduł 1 – Wprowadzenie do content marketingu zrównoważonego (2h)

- Czym jest content marketing – definicje, przykłady i aktualne trendy.
- Content jako narzędzie komunikacji wartości marki i relacji z odbiorcami.
- Zrównoważony rozwój i ESG w kontekście tworzenia treści – jak budować przekaz z troską o środowisko, społeczeństwo i etykę.
- Odpowiedzialne podejście do komunikacji – jak unikać greenwashingu i tworzyć przekaz oparty na autentyczności.

Moduł 2 – Strategie tworzenia treści z wartością (2h)

- Strategia contentowa krok po kroku – od misji i wizji do publikacji.
- Odpowiedzialny język marki – ton, styl i transparentność w komunikacji.
- Slow content – treści o długim cyklu życia, jakość zamiast ilości.
- Minimalizm komunikacyjny – ograniczenie szumu informacyjnego i nadprodukcji treści.
- Ćwiczenie: zdefiniowanie 3 filarów wartości własnej marki.

Moduł 3 – Content wizualny w social mediach (2h)

- Jak odbiorca „czyta” grafikę i wideo – emocje, kolory i zasady percepcji.
- Kompozycja, proporcje, fonty i kolory w tworzeniu materiałów.
- Trendy 2025–2026: minimalizm, autentyczność, natura i eco design.
- Narzędzia: Canva i CapCut – tworzenie nowoczesnych, przejrzystych treści.
- Praktyka: projektowanie materiałów zgodnych z wartościami marki.

Moduł 4 – Content, który przyciąga – tekst i obraz (2h)

- Jak pisać skuteczne treści i hasła główne (CTA).
- Łączenie obrazu i słowa w harmonijny sposób.
- Analiza przykładów dobrych i złych treści.
- Praktyka: tworzenie komunikatów w duchu etycznej i odpowiedzialnej komunikacji.

Moduł 5 – Ekosystem i narzędzia odpowiedzialnego twórcy (1h)

- Narzędzia wspierające efektywną i świadomą pracę (Canva, Notion, CapCut).

- Recykling treści – jak przetwarzać i ponownie wykorzystywać materiały.
- Kalendarz publikacji zgodny z sezonowością i wartościami marki.
- Korzystanie z legalnych, etycznych źródeł grafik i zdjęć.
- Planowanie działań cyfrowych w sposób energooszczędny i minimalistyczny.

Moduł 6 – Praktyka: tworzenie odpowiedzialnego contentu (1h 15 min)

- Projektowanie własnej grafiki lub posta w Canva / CapCut.
- Warsztat: „Mój pierwszy post ESG” – komunikat oparty na wartościach marki.
- Analiza i omówienie prac uczestników.

DZIEŃ 2 – Kampanie, storytelling i wdrażanie strategii eco & smart

Moduł 7 – Wideo w marketingu: od nagrania po montaż (2h)

- Jak nagrywać profesjonalnie smartfonem: światło, kadr, dźwięk.
- Styl video dopasowany do marki – dynamiczny, spokojny, edukacyjny.
- Montaż w CapCut – efekty, przejścia, napisy, dźwięk.
- Wykorzystanie naturalnego światła i prostego sprzętu w duchu less waste.

Moduł 8 – Storytelling wizualny i komunikacja emocji (2h)

- Jak opowiadać historię obrazem: karuzela, Reels, video, animacja.
- Struktura opowieści wizualnej: emocje, rytm i autentyczność przekazu.
- Przykłady storytellingu marek opartych na wartościach i misji.
- Praktyczne ćwiczenia – budowanie historii z przesłaniem społecznym lub ekologicznym.

Moduł 9 – Komunikacja i relacja z odbiorcą (1h)

- Jak budować społeczność wokół wartości marki.
- Komunikacja w duchu transparentności i zaufania.
- Jak odpowiadać na trudne pytania lub krytykę w kontekście tematów eko.
- Praktyka: tworzenie trzech odpowiedzialnych komunikatów marki.

Moduł 10 – Tworzenie mini kampanii EkoContent (2h)

- Planowanie kampanii w oparciu o wartości ESG.
- Projekt posta, stories lub karuzeli – od pomysłu do publikacji.
- Praca warsztatowa z moodboardem i harmonogramem.
- Prezentacja i analiza mini kampanii przygotowanych przez uczestników.

Moduł 11 – Optymalizacja i jakość w codziennej pracy (1h)

- Jak utrzymać spójność wizualną i komunikacyjną.
- Jak planować treści efektywnie, bez nadprodukcji.
- Szablony, checklisty i automatyzacja procesów.
- Planowanie treści zgodnie z zasadami „digital minimalism”.

Moduł 12 – Podsumowanie i wdrożenie (1h)

- Stworzenie indywidualnego planu wdrożenia zasad odpowiedzialnego contentu.
- Opracowanie checklisty twórcy świadomego i odpowiedzialnego cyfrowo.
- Feedback, omówienie projektów i wręczenie certyfikatów.

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: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Moduł 1 – Wprowadzenie do content marketingu zrównoważonego (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	03-03-2026	08:30	10:00	01:30
2 z 15 Moduł 2 – Strategie tworzenia treści z wartością (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	03-03-2026	10:00	11:30	01:30
3 z 15 Moduł 3 – Content wizualny w social mediach (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	03-03-2026	11:30	13:00	01:30
4 z 15 przerwa	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	03-03-2026	13:00	13:30	00:30
5 z 15 Moduł 4 – Content, który przyciąga – tekst i obraz (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	03-03-2026	13:30	15:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 15 Moduł 5 – Ekosystem i narzędzia odpowiedzialnego twórcy (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	03-03-2026	15:00	15:45	00:45
7 z 15 Moduł 6 – Praktyka: tworzenie odpowiedzialnego o contentu (chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	03-03-2026	15:45	16:45	01:00
8 z 15 Moduł 7 – Wideo w marketingu: od nagrania po montaż (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	10-03-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 15 Moduł 8 – Storytelling wizualny i komunikacja emocji (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	10-03-2026	10:00	11:30	01:30
10 z 15 Moduł 9 – Komunikacja i relacja z odbiorcą (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	10-03-2026	11:30	12:15	00:45
11 z 15 przerwa	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	10-03-2026	12:15	12:45	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 15 Moduł 10 – Tworzenie mini kampanii EkoContent (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	10-03-2026	12:45	14:15	01:30
13 z 15 Moduł 11 – Optymalizacja i jakość w codziennej pracy (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	10-03-2026	14:15	15:00	00:45
14 z 15 Moduł 12 – Podsumowanie i wdrożenie (chat, rozmowa, współdzielenie ekranu)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	10-03-2026	15:00	15:45	00:45
15 z 15 walidacja (test, współdzielenie ekranu)	-	10-03-2026	15:45	16:00	00:15

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	238,10 PLN
Koszt osobogodziny netto	238,10 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 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 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