



"FOUR J" Sp. z o.o.

★★★★★ 4,7 / 5

9 934 oceny

Odpowiedzialne komunikowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju, w tym identyfikowanie greenwashingu w komunikacji przedsiębiorstwa i przeciwdziałanie zjawisku greenwashingu

Numer usługi 2025/12/09/13688/3202108

📍 Bydgoszcz / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 46 h

📅 21.01.2026 do 18.02.2026

11 500,00 PLN brutto

11 500,00 PLN netto

250,00 PLN brutto/h

250,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Ekologia i rolnictwo / Ochrona środowiska
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób odpowiedzialnych za komunikację w przedsiębiorstwie, w szczególności dla pracowników działów marketingu, osób współpracujących z klientami i kontrahentami, menadżerów, właścicieli i kadry kierowniczej. Ponadto kompetencja będzie przydatna dla osób zajmujących się zakupami /zamówieniami w przedsiębiorstwie.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	25
Data zakończenia rekrutacji	20-01-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	46
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 jest wyposażenie uczestników w wiedzę i praktyczne umiejętności niezbędne do: odpowiedzialnego i zgodnego z prawem komunikowania działań w zakresie zrównoważonego rozwoju, identyfikowania przejawów greenwashingu w komunikacji marketingowej,

analizowania rzetelności komunikatów marketingowych i zgodności informacji o produktach i usługach z rzeczywistością.

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
		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
		Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu	Test teoretyczny
	Podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż	Analiza dowodów i deklaracji
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu	Test teoretyczny
		Test teoretyczny
	Omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów	Test teoretyczny
		Test teoretyczny
	Opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne)	Test teoretyczny
		Analiza dowodów i deklaracji

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	Analiza dowodów i deklaracji
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu	Obserwacja w warunkach symulowanych
Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami zawartymi w komunikacji marketingowej	Rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową	Analiza dowodów i deklaracji
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem	Analiza dowodów i deklaracji
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności	Test teoretyczny
		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 opisuje sposoby weryfikowania wiarygodności oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny 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	Analiza dowodów i deklaracji

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	Analiza dowodów i deklaracji
	określa kryteria wyboru dostawców, wykonawców, usługodawców w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji
Realizuje działania z zakresu przeciwdziałania greenwashingowi	określa cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji
	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	Analiza dowodów i deklaracji
	opisuje procedury zgłaszania działań mających znamiona greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji

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 1 (8 godzin)

1. Rozpoznanie wstępne i wprowadzenie

- Diagnoza poziomu wiedzy i doświadczeń uczestników.
- Przedstawienie celów, metod pracy i struktury szkolenia.
- Integracja grupy, ustalenie zasad i oczekiwań.

2. Regulacje i kontekst prawny

- Przegląd kluczowych regulacji krajowych dotyczących komunikacji i informacji.
- Przepisy UE dotyczące przekazu ekologicznego i ochrony konsumenta.
- Omówienie nadchodzących zmian w prawie związanych z komunikacją środowiskową.

3. Etyka i odpowiedzialność komunikacyjna

- Idea odpowiedzialnej komunikacji: definicje i zasady.
- Przykłady dobrych i złych praktyk.
- Analiza błędów i nadużyć — studium przypadków.

4. Ćwiczenia praktyczne

- Praca z tekstami prawnymi i regulacyjnymi.
- Rozpoznawanie ryzyka i niejasności w przekazach.
- Dyskusja nad problemami etycznymi w komunikacji marki.

DZIEŃ 2 (8 godzin)

1. Podstawy greenwashingu

- Czym jest greenwashing — analiza pojęcia i jego funkcji w marketingu.
- Wyjaśnienie różnych odmian greenwashingu: greencrowding, greenhushing, greenlighting, greenlabelling, greenshifting itd.

2. Greenwashing w branżach well-being, i rozwoju osobistego

- Przegląd specyfiki branż podatnych na uproszczenia ekologiczne.
- Analiza przykładów kampanii i opisów produktów.

3. Konsekwencje greenwashingu

- Utrata zaufania konsumentów.
- Ryzyka prawne i regulacyjne.
- Reputacyjne i biznesowe skutki błędów komunikacyjnych.

4. Warsztaty analityczne

- Identyfikowanie sygnałów greenwashingu.
- Praca na kampaniach branżowych.
- Praktyczna diagnoza przekazów pod kątem zgodności i rzetelności.

DZIEŃ 3 (8 godzin)

1. Wprowadzenie do analizy komunikacji

- Modele analityczne i kryteria oceny komunikatów.
- Identyfikacja wzorców i schematów mylących odbiorców.

2. Greenwashing w komunikatach marketingowych

- Przegląd typowych strategii wprowadzających w błąd.
- Przykłady z realnych kampanii (opisowe).

3. Analiza treści reklamowych

- Ocena opisów produktów, haseł marketingowych i materiałów wizualnych.
- Najczęstsze „punkty ryzyka” w komunikacji ekologicznej.

4. Narzędzia oceny ryzyka komunikacyjnego

- Tworzenie mapy ryzyka i katalogu słabości.
- Ocena procesu komunikacyjnego w organizacji.

5. Warsztaty

- Ćwiczenia: formułowanie przekazów ekologicznych bez greenwashingu.
- Korekta i uspoźnianie przykładowych materiałów.

DZIEŃ 4 (8 godzin)

1. Systemy certyfikacji

- Rodzaje certyfikatów środowiskowych i jakościowych.
- Różnice między certyfikacją prywatną a państwową.
- Jak czytać kryteria certyfikacji.

2. Wiarygodność oznaczeń

- Co sprawia, że oznaczenie jest rzetelne i uznawane?
- Jak odróżnić legitne certyfikaty od pseudoznaków i fałszywych etykiet.

3. Analiza rzeczywistych certyfikatów

- Studium przykładów – przegląd najpopularniejszych znaków.
- Ćwiczenia: rozpoznawanie sygnałów nieuczciwych oznaczeń.

4. Warsztat: Weryfikacja przekazów własnych

- Przegląd materiałów uczestników (jeśli dostępne) lub przykładowych treści.
- Diagnoza potencjalnych nieprawidłowości.
- Proponowanie korekt i usprawnień.

DZIEŃ 5 (8 godzin)

1. Standardy dobrej komunikacji

- Zestaw wytycznych branżowych.
- Normy etyczne i transparentność w komunikacji o ekologii.

2. Techniki zapobiegania greenwashingowi

- • Kontrola treści i procesów komunikacyjnych.
- Zasady formułowania jasnych, mierzalnych i zgodnych z faktami komunikatów.

3. Warsztat: tworzenie strategii komunikacji

- • Formatowanie przekazu ekologicznego.
- Budowanie schematów zgodności i wewnętrznych procedur.

4. Prezentacja i omówienie rezultatów

- • Wspólna analiza propozycji strategii uczestników.
- Informacja zwrotna i wytyczne do rozwoju.

DZIEŃ 6 (8 godzin)

1. Pogłębiona analiza ryzyka

- • Rozpoznawanie słabych miejsc w systemie komunikacji marki.
- Ocena działań konkurencji i benchmarków branżowych.

2. Studium porównawcze komunikacji

- • Analiza odrębności między sektorami.
- Identyfikacja najlepszych praktyk w różnych branżach.

3. Monitorowanie komunikacji

- • Narzędzia kontroli jakości przekazów.
- Systemy raportowania i reagowania na błędy.

4. Tworzenie wytycznych i procedur

- • Opracowanie checklist i instrukcji wewnętrznych.
- Projektowanie długoterminowej strategii odpowiedzialnej komunikacji.

5. Warsztat: przekształcanie treści

- • Edytowanie marketingu tak, aby stał się w pełni zgodny z etyką i regulacjami.
- Tworzenie przejrzystych opisów i haseł.

6. Walidacja

- • Test wiedzy i umiejętności.
- Zadanie praktyczne: analiza i korekta wybranego komunikatu.

Całkowita liczba godzin (46 godzin).

Zajęcia odbywają się w godz. 8:30–16:30, w tym 2 przerwy po 15 min i 1 przerwa 30 min (wliczone w czas szkolenia).

Szkolenie odbywa się w godzinach zegarowych (1 godzina szkolenia = 60 minut)

Sala szkoleniowa wyposażona jest w:

- rzutnik multimedialny ,ekran TV ,
- laptop dla trenera,
- flipchart z markerami,
- dostęp do prądu i Wi-Fi,
- stoliki umożliwiające pracę indywidualną i grupową,
- odpowiednie oświetlenie i wentylację,
- dostęp do toalet i zaplecza socjalnego.

Walidacja wliczona w cenę szkolenia

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 44

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 44 Rozpoznanie wstępne i wprowadzenie	Marta Szarogroder	21-01-2026	08:30	10:00	01:30
2 z 44 przerwa	Marta Szarogroder	21-01-2026	10:00	10:15	00:15
3 z 44 Regulacje i kontekst prawny	Marta Szarogroder	21-01-2026	10:15	12:30	02:15
4 z 44 Przerwa obiadowa	Marta Szarogroder	21-01-2026	12:30	13:00	00:30
5 z 44 Etyka i odpowiedzialność komunikacyjna	Marta Szarogroder	21-01-2026	13:00	14:30	01:30
6 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	21-01-2026	14:30	14:45	00:15
7 z 44 Ćwiczenia praktyczne	Marta Szarogroder	21-01-2026	14:45	16:30	01:45
8 z 44 Podstawy greenwashingu	Marta Szarogroder	22-01-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	22-01-2026	10:00	10:15	00:15
10 z 44 Greenwashing w branżach well-being, i rozwoju osobistego	Marta Szarogroder	22-01-2026	10:15	12:30	02:15
11 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	22-01-2026	12:30	13:00	00:30
12 z 44 Konsekwencje greenwashingu	Marta Szarogroder	22-01-2026	13:00	14:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	22-01-2026	14:30	14:45	00:15
14 z 44 Warsztaty analizy czne	Marta Szarogroder	22-01-2026	14:45	16:30	01:45
15 z 44 Wprowadzenie do analizy komunikacji	Joanna Wysocka-Pawlak	23-01-2026	08:30	10:00	01:30
16 z 44 Przerwa	Joanna Wysocka-Pawlak	23-01-2026	10:00	10:15	00:15
17 z 44 Greenwashing w komunikatach marketingowych, analiza treści reklamowych	Joanna Wysocka-Pawlak	23-01-2026	10:15	12:30	02:15
18 z 44 Przerwa	Joanna Wysocka-Pawlak	23-01-2026	12:30	13:00	00:30
19 z 44 Narzędzia oceny ryzyka komunikacyjnego	Joanna Wysocka-Pawlak	23-01-2026	13:00	14:30	01:30
20 z 44 Przerwa	Joanna Wysocka-Pawlak	23-01-2026	14:30	14:45	00:15
21 z 44 Warsztaty	Joanna Wysocka-Pawlak	23-01-2026	14:45	16:30	01:45
22 z 44 Systemy certyfikacji	Joanna Wysocka-Pawlak	16-02-2026	08:30	10:00	01:30
23 z 44 Przerwa	Joanna Wysocka-Pawlak	16-02-2026	10:00	10:15	00:15
24 z 44 Wiarygodność oznaczeń	Joanna Wysocka-Pawlak	16-02-2026	10:15	12:30	02:15
25 z 44 Przerwa	Joanna Wysocka-Pawlak	16-02-2026	12:30	13:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
26 z 44 Analizarzeczywistychcertyfi katów	Joanna Wysocka-Pawlak	16-02-2026	13:00	14:30	01:30
27 z 44 Przerwa	Joanna Wysocka-Pawlak	16-02-2026	14:30	14:45	00:15
28 z 44 Warsztat :Weryfikacja przekazów własnych	Joanna Wysocka-Pawlak	16-02-2026	14:45	16:30	01:45
29 z 44 Standardy dobrej komunikacji	Marta Szarogroder	17-02-2026	08:30	09:30	01:00
30 z 44 Metody i techniki unikania greenwashingu w codziennej komunikacji	Marta Szarogroder	17-02-2026	09:30	10:00	00:30
31 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	17-02-2026	10:00	10:15	00:15
32 z 44 Techniki zapobiegania greenwashingowi	Marta Szarogroder	17-02-2026	10:15	12:30	02:15
33 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	17-02-2026	12:30	13:00	00:30
34 z 44 Warsztat: tworzenie strategii komunikacji	Marta Szarogroder	17-02-2026	13:00	14:30	01:30
35 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	17-02-2026	14:30	14:45	00:15
36 z 44 Prezentacja i omówienie rezultatów	Marta Szarogroder	17-02-2026	14:45	16:30	01:45
37 z 44 Pogłębiona analiza ryzyka	Marta Szarogroder	18-02-2026	08:30	09:30	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
38 z 44 Studium porównawcze komunikacji	Marta Szarogroder	18-02-2026	09:30	10:00	00:30
39 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	18-02-2026	10:00	10:15	00:15
40 z 44 monitorowanie komunikacji	Marta Szarogroder	18-02-2026	10:15	11:00	00:45
41 z 44 tworzenie wytycznych i procedur	Marta Szarogroder	18-02-2026	11:00	12:30	01:30
42 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	18-02-2026	12:30	13:00	00:30
43 z 44 Warsztat :przekształcanie treści	Marta Szarogroder	18-02-2026	13:00	13:30	00:30
44 z 44 walidacja	-	18-02-2026	13:30	14:30	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	11 500,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	11 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2
Marta Szarogroder



Przez 10 lat pracowała w organizacji zrzeszającej przedsiębiorców na stanowiskach: Specjalista ds. Reklamy oraz Koordynator ds. Public Relations. Ukończyła prawo na UMK w Toruniu oraz nauki polityczne ze specjalizacją dziennikarską na UKW w Bydgoszczy, Studia podyplomowe w zakresie Public Relations na UAM w Poznaniu. Posiada doświadczenie w przeprowadzaniu szkoleń z zakresu zarządzania firmą. Specjalizuje się w budowaniu marek (w tym w social mediach), personal branding, employers branding. Specjalizuje się w działaniach operacyjnych, takich jak rekrutacja i selekcja oraz strategiczne – planowanie zasobów ludzkich, rozwój pracowników i zarządzanie talentami. Systematycznie przeprowadza egzaminy na WSB Uniwersytet MERITO. Od 12 lat jest doradcą w zarządzaniu finansami i zarządzaniu przedsiębiorstwem dla firm: Zdrowie i Uroda w Szczecinku, Softly Clinic w Bydgoszczy i dla wielu innych. W 2025 r. szkolenie Agencji AI (low-code / now code) i automatyzacja procesów biznesowych. W 2019 r. przeprowadziła szkolenie dla firmy Basen i Sauna Sp.z o.o., oraz w 2025 r. dla firmy Vanco inwestycje Sp.z o.o. obejmującą tematykę przygotowania organizacji do zmian wynikających z wdrożenia rozwiązań z zakresu zielonej transformacji oraz odpowiedzialnego komunikowania o zrównoważonym rozwoju , w tym identyfikowania i przeciwdziałania greenwashingowi .Doświadczenie oraz kwalifikacje nabyte nie wcześniej niż 5 lat– przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi.



2 z 2

Joanna Wysocka-Pawlak

Psycholog z dyplomem MBA z zakresu HR. Ukończyła Tłumaczenia Ekonomiczno-Prawne oraz Psychologię w Zarządzaniu na UAM. Od 15lat związana z obszarem HR. Od 2024 r. prowadzi własną firmę SMART TRAINING, gdzie skutecznie zarządza finansami. Projektuje i prowadzi sesje Assessment i Development Centre (Certyfikat Magera ds. AC/DC) dla kadry menedżerskiej i handlowców, w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem i finansami. Wykładowca studiów podyplomowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Uniwersytetu Meritum WSB, oraz Akademii Leona Koźmińskiego. Licencjonowany trener Insight Discovery® i Harrison Assessments®. Od 2019 r. współpracuje z Kompas Spedycja Sp. z O.O. gdzie przeprowadza szkolenia w obszarze zrównoważonego rozwoju, zarządzania zmianą i budowania odpowiedzialności środowiskowej. W 2020 r. przeprowadziła szkolenie dla firmy RIMB Sp. z o.o. dla menadżerów i pracowników w zakresie wdrażania zmian środowiskowych oraz etycznego przejrzystego komunikowania działań proekologicznych z zakresu zielonej transformacji organizacji oraz odpowiedzialnej komunikacji w obszarze zrównoważonego rozwoju. Doświadczenie oraz kwalifikacje są nabyte nie wcześniej niż 5 lat– przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Sala wykładowa spełnia standardy jakości w zakresie realizacji usług szkoleniowych, dostosowana do liczby uczestników usługi (w przypadku usługi realizowanej w formie stacjonarnej), – sprzęt komputerowy dla trenera z dostępem do internetu, – oprogramowanie umożliwiające prezentowanie treści oraz komunikację zdalną, – rzutnik, ekran, – materiały pomocnicze: flipchart, flamastry, karteczki samoprzylepne , – materiały dla uczestników usługi, – dostęp do aktów prawnych w zakresie zielonej transformacji.

Uczestnicy na szkoleniu otrzymają komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej obejmujący:

- **Skrypt szkoleniowy** „Odpowiedzialna komunikacja i greenwashing w branży beauty i fryzjerskiej” zawierający podstawowe pojęcia, omówienie regulacji krajowych i unijnych, opis form greenwashingu oraz przykłady odpowiedzialnej komunikacji w branży fryzjerskiej.
- **Zestaw ćwiczeń i kart pracy**, w tym: analiza rzeczywistych komunikatów marketingowych (reklamy, etykiety kosmetyków), karty do oceny zgodności produktów z przekazem marketingowym, lista kontrolna „Jak rozpoznać greenwashing w salonie?”, karta pracy „Tworzymy transparentny komunikat marketingowy”.
- **Materiały pomocnicze i źródła**, m.in. wykaz wiarygodnych certyfikatów i oznaczeń ekologicznych (COSMOS, ECOCERT, Vegan Society, PETA Approved), lista instytucji kontrolnych (UOKiK, KE), zestawienie aktów prawnych i dyrektyw dotyczących odpowiedzialnej

komunikacji.

- **Materiały multimedialne:** prezentacja trenera (PDF), przykłady kampanii i reklam (case study branżowe),
- **Materiały podsumowujące,** w tym test samooceny wiedzy, ankieta ewaluacyjna oraz zestawienie dobrych praktyk komunikacji marketingowej w duchu zrównoważonego rozwoju.

Informacje dodatkowe

Szkolenie ma charakter praktyczno-warsztatowy i jest dostosowane do specyfiki branży fryzjerskiej oraz kosmetycznej. Zajęcia prowadzone są metodami aktywizującymi, takimi jak: analiza przypadków (case study), dyskusje moderowane, ćwiczenia indywidualne i grupowe, praca na przykładach komunikatów marketingowych z branży beauty.

W trakcie zajęć uczestnicy poznają zasady odpowiedzialnej komunikacji marketingowej zgodnej z zasadami zrównoważonego rozwoju, nauczą się rozpoznawać greenwashing w przekazach reklamowych, analizować zgodność informacji z rzeczywistymi cechami produktu oraz tworzyć transparentne i wiarygodne komunikaty marketingowe salonu fryzjerskiego.

Szkolenie kończy się **walidacją efektów uczenia się, (test + zadanie praktyczne)**.

Część I: test wiedzy – 15 pytań jednokrotnego wyboru

Część II: analiza przypadku – ocena komunikatu marketingowego i opracowanie poprawnej wersji.

Pozytywny wynik walidacji stanowi podstawę do wydania **zaświadczenia potwierdzającego ukończenia szkół**.

Adres

ul. Chełmżyńska 12
85-459 Bydgoszcz
woj. kujawsko-pomorskie

Budynek 2-piętrowy w całości
Miejscowość Bydgoszcz, osiedle: Czyżkówko

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Justyna Gross

E-mail justyna.gross@zaremba-academy.com

Telefon (+48) 665 309 912