



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

Numer usługi 2025/12/16/156609/3216485

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

263,16 PLN brutto/h

263,16 PLN netto/h

IT ENGINEERING &
CONSULTING

SPÓŁKA Z

OGRANICZONĄ

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 408 ocen

📍 Królikowo

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 19:00 h

📅 22.06.2026 do 23.06.2026

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

5

Data zakończenia rekrutacji

21-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

19

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 się 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 lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie 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 strategie 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 obydwóch 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 – Video 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 pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

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	263,16 PLN
Koszt osobogodziny netto	263,16 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

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 mody 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.

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).

Adres

Królikowo 63
11-015 Królikowo
woj. warmińsko-mazurskie

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+89) 451 055 967