



HEDVIG SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

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

Numer usługi 2025/12/27/206556/3229479

📍 Bielsko-Biała / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

📅 Usługa szkoleniowa

🕒 48 h

📅 05.02.2026 do 20.03.2026

11 500,00 PLN brutto

11 500,00 PLN netto

239,58 PLN brutto/h

239,58 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	04-02-2026
Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	48
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
	Opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
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
		Wywiad ustrukturyzowany
	Omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów	Wywiad ustrukturyzowany
		Deбата ustrukturyzowana
	Opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne)	Wywiad ustrukturyzowany
		Analiza dowodów i deklaracji
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	Analiza dowodów i deklaracji
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami zawartymi w komunikacji marketingowej	Wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową	Analiza dowodów i deklaracji
	Identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Analiza dowodów i deklaracji
		Test teoretyczny
	Wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności	Wywiad ustrukturyzowany
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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
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
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	Analiza dowodów i deklaracji
	określa cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
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	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 wybranych branżach

- 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 uspojnianie 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. Praca w grupach

- Przygotowanie zestawów treści gotowych do publikacji.
- Testowanie ich pod kątem ryzyka greenwashingu.

7. Walidacja

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

Całkowita liczba godzin (48 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 wykładowa spełnia standardy jakości w zakresie realizacji usług szkoleniowych. Jest dostosowana do liczby uczestników usługi (w przypadku usługi realizowanej w formie stacjonarnej).

Wyposażona jest w:

- sprzęt komputerowy dla trenera z dostępem do internetu,
- oprogramowanie umożliwiające prezentowanie treści oraz komunikację zdalną,
- rzutnik, ekran (w przypadku usługi realizowanej w formie stacjonarnej),
- materiały pomocnicze: flipchart, flamastry, karteczki samoprzylepne lub tablice interaktywne typu Miro (w przypadku realizacji usługi w formie zdalnej lub hybrydowej),
- materiały dla uczestników usługi,
- dostęp do aktów prawnych w zakresie zielonej transformacji.

Walidacja wliczona w cenę szkolenia.

Usługa kończy się weryfikacją nabytych przez uczestników usługi efektów uczenia się, przeprowadzoną zgodnie ze standardami określonymi w rozporządzeniu Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe (Dz.U. z 2023 r. poz. 1686).

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana metodami:

- test teoretyczny (w formie pisemnej)
- studium przypadku (w formie pisemnej).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 46

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 46 Rozpoznanie wstępne i wprowadzenie	Radosław Koszewski	05-02-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
2 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	05-02-2026	10:00	10:15	00:15	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
3 z 46 Regulacje i kontekst prawny	Radosław Koszewski	05-02-2026	10:15	12:30	02:15	Tak
4 z 46 Przerwa obiadowa	Radosław Koszewski	05-02-2026	12:30	13:00	00:30	Tak
5 z 46 Etyka i odpowiedzial ność komunikacyjn a	Radosław Koszewski	05-02-2026	13:00	14:30	01:30	Tak
6 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	05-02-2026	14:30	14:45	00:15	Tak
7 z 46 Ćwiczenia praktyczne	Radosław Koszewski	05-02-2026	14:45	16:30	01:45	Tak
8 z 46 Podstawy greenwashing u	Radosław Koszewski	06-02-2026	08:30	10:00	01:30	Tak
9 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	06-02-2026	10:00	10:15	00:15	Tak
10 z 46 Greenwashing w przykładowyc h branżach	Radosław Koszewski	06-02-2026	10:15	12:30	02:15	Tak
11 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	06-02-2026	12:30	13:00	00:30	Tak
12 z 46 Konsekwencj e greenwashing u	Radosław Koszewski	06-02-2026	13:00	14:30	01:30	Tak
13 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	06-02-2026	14:30	14:45	00:15	Tak
14 z 46 Warsztaty analityczne	Radosław Koszewski	06-02-2026	14:45	16:30	01:45	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
15 z 46 Wprowadzenie do analizy komunikacji	Radosław Koszewski	05-03-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
16 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	05-03-2026	10:00	10:15	00:15	Nie
17 z 46 Greenwashing w komunikatach marketingowych – analiza treści	Radosław Koszewski	05-03-2026	10:15	12:30	02:15	Nie
18 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	05-03-2026	12:30	13:00	00:30	Nie
19 z 46 Narzędzia oceny ryzyka komunikacyjnego	Radosław Koszewski	05-03-2026	13:00	14:30	01:30	Nie
20 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	05-03-2026	14:30	14:45	00:15	Nie
21 z 46 Warsztaty	Radosław Koszewski	05-03-2026	14:45	16:30	01:45	Nie
22 z 46 Systemy certyfikacji	Radosław Koszewski	06-03-2026	08:30	10:00	01:30	Nie
23 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	06-03-2026	10:00	10:15	00:15	Nie
24 z 46 Wiarygodność oznaczeń	Radosław Koszewski	06-03-2026	10:15	12:30	02:15	Nie
25 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	06-03-2026	12:30	13:00	00:30	Nie
26 z 46 Analiza rzeczywistych certyfikatów	Radosław Koszewski	06-03-2026	13:00	14:30	01:30	Nie

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
27 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	06-03-2026	14:30	14:45	00:15	Nie
28 z 46 Warsztat: weryfikacja przekazów własnych	Radosław Koszewski	06-03-2026	14:45	16:30	01:45	Nie
29 z 46 Standardy dobrej komunikacji	Radosław Koszewski	19-03-2026	08:30	09:30	01:00	Tak
30 z 46 Metody i techniki unikania greenwashing u w codziennej komunikacji	Radosław Koszewski	19-03-2026	09:30	10:00	00:30	Tak
31 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	19-03-2026	10:00	10:15	00:15	Tak
32 z 46 Techniki zapobiegania greenwashing owi	Radosław Koszewski	19-03-2026	10:15	12:30	02:15	Tak
33 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	19-03-2026	12:30	13:00	00:30	Tak
34 z 46 Warsztat: tworzenie strategii komunikacji	Radosław Koszewski	19-03-2026	13:00	14:30	01:30	Tak
35 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	19-03-2026	14:30	14:45	00:15	Tak
36 z 46 Prezentacja i omówienie rezultatów	Radosław Koszewski	19-03-2026	14:45	16:30	01:45	Tak
37 z 46 Pogłębiona analiza ryzyka	Radosław Koszewski	20-03-2026	08:30	09:30	01:00	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
38 z 46 Studium porównawcze komunikacji	Radosław Koszewski	20-03-2026	09:30	10:00	00:30	Tak
39 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	20-03-2026	10:00	10:15	00:15	Tak
40 z 46 Monitorowani e komunikacji	Radosław Koszewski	20-03-2026	10:15	11:00	00:45	Tak
41 z 46 Tworzenie wytycznych i procedur	Radosław Koszewski	20-03-2026	11:00	12:30	01:30	Tak
42 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	20-03-2026	12:30	13:00	00:30	Tak
43 z 46 Warsztat: przekształcan ie treści	Radosław Koszewski	20-03-2026	13:00	14:30	01:30	Tak
44 z 46 Przerwa	Radosław Koszewski	20-03-2026	14:30	14:45	00:15	Tak
45 z 46 Praca w grupach	Radosław Koszewski	20-03-2026	14:45	15:30	00:45	Tak
46 z 46 Walidacja	Radosław Koszewski	20-03-2026	15:30	16:30	01:00	Tak

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	239,58 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Radosław Koszewski

Posiada kompetencje spełniające wymogi określone w §6 rozporządzenia Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usług rozwojowe. Prof. Radosław Koszewski organizuje programy i prowadzi seminaria z executive education od 1996 roku. Współpracuje z ekspertami z wiodących światowych ośrodków akademickich takich jak IESE Business School, International Institute For Management Development (IMD), Massachusetts Institute of Technology (MIT), SRI International (Stanford Research Institute) oraz University of Oxford. W latach 1991–1997 studiował handel zagr. na Uniwersytecie Gdańskim. W latach 1993–1994 studiował na Wirtschaftsuniversität w Wiedniu. W okresie 1997–1998 był asystentem w Chair of Marketing na Central Connecticut State University, USA. W roku 2002 roku uzyskał stopień naukowy doktora, a w listopadzie 2012 roku stopień naukowy doktora habilitowanego. Jest absolwentem IESE Business School a w latach 2006–2022 był dyrektorem IESE Executive Education Center w Polsce. Jest autorem i współautorem wielu publikacji naukowych. Doświadczenie w zakresie tematyki usługi: minimum 3 lata w obszarze związanym z komunikacją marketingową w obszarze zrównoważonego rozwoju, doświadczenie w zakresie realizacji szkoleń min 100h. Związany z Politechniką Warszawską, gdzie pełni funkcję Prodziekana. Na Wydziale Nauk Społecznych i Administracji prowadzi seminaria doktoranckie i wykłady z ekonomii.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

W przypadku finansowania ze środków publicznych w przynajmniej 70% - cena netto=brutto. Stawka vat zgodnie z art. 43 ust. 1 pkt 29 c ustawy o vat, lub paragraf 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013. W przypadku finansowania poniżej 70% ze środków publicznych, doliczony zostanie vat 23% do ceny netto. Po zakończeniu udziału w szkoleniu z min. 80% obecnością oraz pozytywnej walidacji, uczestnik otrzyma certyfikat i zaświadczenie o ukończeniu usługi. Dostawca usługi zapewnia realizację usługi rozwojowej uwzględniając potrzeby osób z niepełnosprawnościami (w tym również dla osób ze szczególnymi potrzebami) zgodnie ze Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027

Uczestnicy na szkoleniu otrzymają komplet materiałów szkoleniowych obejmujący:

- **Skrypt szkoleniowy** zawierający między innymi: instrukcję pracy z 'case study' wyjaśniającą pracę własną przed zajęciami, pracę w grupach oraz sesję plenarną z udziałem profesora; podstawowe pojęcia, omówienie regulacji krajowych i unijnych, opis form greenwashingu oraz przykłady odpowiedzialnej komunikacji.
- **Case study** (po polsku: *studium przypadku*) szczegółowy opis i analiza konkretnego, rzeczywistego przypadku, który służy do nauki, wyciągania wniosków lub pokazania dobrych (i złych) praktyk.
- **Zestaw ćwiczeń i kart pracy**, w tym: analiza rzeczywistych komunikatów marketingowych, karty do oceny zgodności produktów z przekazem marketingowym.
- **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.

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

Warunki techniczne

W sytuacji, gdy usługa realizowana jest w formie zdalnej, w czasie rzeczywistym, z wykorzystaniem platformy komunikacji elektronicznej Zoom, wówczas warunkiem udziału w usłudze jest posiadanie przez uczestnika urządzenia końcowego (komputer lub urządzenie mobilne) wyposażonego w kamerę internetową oraz mikrofon, a także zapewnienie stabilnego dostępu do sieci Internet o minimalnej przepustowości 2 Mb/s.

Uczestnik zobowiązany jest do korzystania z aktualnej wersji przeglądarki internetowej lub aplikacji Zoom, spełniającej wymagania techniczne umożliwiające udział w zajęciach online. Odpowiedzialność za spełnienie powyższych warunków technicznych leży po stronie uczestnika i jest niezbędna do prawidłowej realizacji usługi.

Adres

ul. Legionów 83
Bielsko-Biała
woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Wioletta koszewska

E-mail wkoszewska@queenhedvig.eu

Telefon (+48) 503 180 516