



CDJ SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

55 ocen

Kompetencje odpowiedzialnej komunikacji w zakresie zrównoważonego rozwoju, w tym identyfikacja greenwashingu w komunikacji przedsiębiorstwa i przeciwdziałanie zjawisku greenwashingu.

Numer usługi 2026/01/06/156685/3240815

📍 Poznań / stacjonarna

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 43 h

📅 10.02.2026 do 20.03.2026

10 750,00 PLN brutto

10 750,00 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 przede wszystkim do:

- osób odpowiedzialnych za promocję i komunikację w firmach produkcyjnych i usługowych
- specjalistów ds. marketingu, PR, komunikacji z klientem,
- wszystkich zainteresowanych tematyką odpowiedzialnego komunikowania w kontekście zrównoważonego rozwoju.
- osób planujących pracować jako pracownicy odpowiedzialni za systemy zarządzania środowiskowego, specjaliści ds. ochrony środowiska oraz wszystkich zainteresowanych nabyciem umiejętności, wiedzy i kompetencji, które są niezbędne do skutecznego działania w obszarach związanych z ochroną środowiska, zrównoważonym rozwojem
- z uwagi na elementarny charakter zagadnień omawianych podczas szkolenia osoby, które wezmą w nim udział nie muszą bezwzględnie legitymować się jakąkolwiek wiedzą w zakresie jego tematyki.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

12

Data zakończenia rekrutacji

09-02-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

43

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 prawnedotyczące 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 odpowiedzialnościprawnej 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
	Wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji
	Podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu	Test teoretyczny
	Omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów	Test teoretyczny
Analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do pro środowiskowych aspektów produktów i usług Wspiera organizację w spełnianiu wymagań środowiskowych oraz minimalizowaniu negatywnego wpływu na środowisko.	Wymienia typowe sformułowania stosowane w języku greenwashingu	Test teoretyczny
	Wskazuje w komunikatach marketingowych (np. w reklamach, naetykietach) hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji
	Opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem	Obserwacja w warunkach symulowanych

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
	Wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności	Wywiad ustrukturyzowany
	wyjaśnia znaczenie oznaczeń odnoszących się do zgodności produktu, usługi lub działalności z zasadami zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
Analizuje oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju	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	Analiza dowodów i deklaracji
	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	Analiza dowodów i deklaracji Analiza dowodów i deklaracji
Analizuje działania podmiotu w kontekście postępowania zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju	podaje przykłady działań zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju	Wywiad swobodny
	wskazuje przykłady działań, które mogą świadczyć o stosowaniu przez podmiot greenwashingu	Wywiad swobodny
	wymienia narzędzia do wykrywania działań o charakterze greenwashingu	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje strategie unikania greenwashingu	opisuje metody minimalizowania ryzyka występowania greenwashingu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa	Analiza dowodów i deklaracji
	opisuje przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Analiza dowodów i deklaracji
	omawia standardy i dobre praktyki dotyczące odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Analiza dowodów i deklaracji
	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

Całkowita liczba godzin (43 godz.).

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) Szkolenie prowadzone będzie w godzinach zegarowych w ramach których uwzględniony jest czas niezbędny do przeprowadzenia procesu walidacji.

Dla lepszego przyswojenia programu szkolenia zachęcamy osoby, które wezmą w nim udział do zapoznania się z podstawowymi informacjami na temat zagadnień związanych z problematyką zarządzania środowiskiem m.in. poprzez zgłębienie informacji zamieszczonych na internetowych portalach branżowych ochrony środowiska oraz stronach WWW lokalnych firm zajmujących się doradztwem, sprawozdawczością i usługami dla firm na podstawowym poziomie itp.

W ramach szkolenia nie przewiduje się podziału na grupy. Liczba stanowisk szkoleniowych (miejsc siedzących) będzie adekwatna do ilości osób biorących udział w zajęciach szkoleniowych (1 osoba - 1 miejsce siedzące). Wyposażenie sali szkoleniowej stanowić będą krzesła, stoliki/biurka, ekran projekcyjny, flipchart oraz sprzęt multimedialny w postaci projektora i laptopa.

Dzień 1

1. Rozpoznanie wstępne i wprowadzenie

Diagnoza poziomu wiedzy i doświadczeń uczestników.

Prezentacja 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

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 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 (3 godz.)

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.

Podział funkcji osób zaangażowanych:

Szkolenie podlega walidacji przez osobę kompetentną, której funkcja podczas szkolenia jest oddzielona od funkcji trenera.

Główny trener: Prowadzenie wykładów, ćwiczeń praktycznych, ocena projektów

Osoba Walidująca: potwierdzenie, że szkolenie spełniło swoje cele i że uczestnicy zdobyli niezbędne umiejętności i wiedzę

W ramach szkolenia nie przewiduje się podziału na grupy. Liczba stanowisk szkoleniowych (miejsc siedzących) będzie adekwatna do ilości osób biorących udział w zajęciach szkoleniowych (1 osoba - 1 miejsce siedzące). Wyposażenie sali szkoleniowej stanowić będą krzesła, stoliki/biurka, ekran projekcyjny, flipchart oraz sprzęt multimedialny w postaci projektora i laptopa. Sala szkoleniowa wyposażona jest w sprzęt komputerowy dla trenera z dostępem do internetu, oprogramowanie umożliwiające prezentowanie treści, rzutnik, ekran, materiały pomocnicze: flipchart, flamastry, karteczki samoprzylepne, materiały dla uczestników usługi, dostęp do aktów prawnych www.sejm.gov.pl Walidacja wliczona w czas i cenę szkolenia.

Usługa zakończona 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 przeprowadzona metodami:

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

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 43

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 43 Rozpoznanie wstępne i wprowadzenie	DANUTA PIOTROWSKA	10-02-2026	08:30	10:00	01:30
2 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	10-02-2026	10:00	10:15	00:15
3 z 43 Regulacje i kontekst prawny	DANUTA PIOTROWSKA	10-02-2026	10:15	12:30	02:15
4 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	10-02-2026	12:30	13:00	00:30
5 z 43 Etyka i odpowiedzialność komunikacyjna	DANUTA PIOTROWSKA	10-02-2026	13:00	14:30	01:30
6 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	10-02-2026	14:30	14:45	00:15
7 z 43 Ćwiczenia praktyczne	DANUTA PIOTROWSKA	10-02-2026	14:45	16:30	01:45
8 z 43 Podstawy greenwashingu	DANUTA PIOTROWSKA	17-02-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	17-02-2026	10:00	10:15	00:15
10 z 43 Greenwashing w branżach	DANUTA PIOTROWSKA	17-02-2026	10:15	12:30	02:15
11 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	17-02-2026	12:30	13:00	00:30
12 z 43 Konsekwencje greenwashingu	DANUTA PIOTROWSKA	17-02-2026	13:00	14:30	01:30
13 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	17-02-2026	14:30	14:45	00:15
14 z 43 Warsztaty analityczne	DANUTA PIOTROWSKA	17-02-2026	14:45	16:30	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 43 Wprowadzenie do analizy komunikacji	DANUTA PIOTROWSKA	26-02-2026	08:30	10:00	01:30
16 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	26-02-2026	10:00	10:15	00:15
17 z 43 Greenwashing w komunikatach marketingowych, analiza treści eklamowych	DANUTA PIOTROWSKA	26-02-2026	10:15	12:30	02:15
18 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	26-02-2026	12:30	13:00	00:30
19 z 43 Narzędzia oceny ryzyka komunikacyjnego	DANUTA PIOTROWSKA	26-02-2026	13:00	14:30	01:30
20 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	26-02-2026	14:30	14:45	00:15
21 z 43 Warsztaty	DANUTA PIOTROWSKA	26-02-2026	14:45	16:30	01:45
22 z 43 Systemy certyfikacji	DANUTA PIOTROWSKA	18-03-2026	08:30	10:00	01:30
23 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	18-03-2026	10:00	10:15	00:15
24 z 43 Wiarygodność oznaczeń	DANUTA PIOTROWSKA	18-03-2026	10:15	12:30	02:15
25 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	18-03-2026	12:30	13:00	00:30
26 z 43 Analiza rzeczywistych certyfikatów	DANUTA PIOTROWSKA	18-03-2026	13:00	14:30	01:30
27 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	18-03-2026	14:30	14:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
28 z 43 Warsztat: Weryfikacja przekazów własnych	DANUTA PIOTROWSKA	18-03-2026	14:45	16:30	01:45
29 z 43 Poprawna komunikacja	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	08:30	09:30	01:00
30 z 43 Metody i techniki unikania greenwashingu w codziennej komunikacji	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	09:30	10:00	00:30
31 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	10:00	10:15	00:15
32 z 43 Techniki zapobiegania greenwashingowi	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	10:15	11:30	01:15
33 z 43 warsztat: tworzenie strategii komunikacji	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	11:30	12:30	01:00
34 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	12:30	13:00	00:30
35 z 43 Prezentacja i omówienie rezultatów	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	13:00	14:00	01:00
36 z 43 Pogłębiona analiza ryzyka	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	14:00	14:30	00:30
37 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	14:30	14:45	00:15
38 z 43 Studium porównawcze komunikacji	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	14:45	15:30	00:45
39 z 43 Monitorowanie komunikacji	DANUTA PIOTROWSKA	19-03-2026	15:30	16:30	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
40 z 43 Tworzenie wytycznych i procedur	DANUTA PIOTROWSKA	20-03-2026	08:00	09:00	01:00
41 z 43 Warsztat: przekształcanie treści	DANUTA PIOTROWSKA	20-03-2026	09:00	10:00	01:00
42 z 43 przerwa	DANUTA PIOTROWSKA	20-03-2026	10:00	10:15	00:15
43 z 43 Walidacja szkolenia	-	20-03-2026	10:15	11:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	10 750,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	10 750,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

DANUTA PIOTROWSKA

Regularne prowadzenie szkoleń otwartych i zamkniętych w zakresie kompetencji Zarządzania Jakością ISO -5620 godzin w ostatnich dwóch latach (24 miesiącach) wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia. Dostawca usług w BUR od 2019 roku. Analizy potrzeb edukacyjno rozwojowych w ilości 431

godzin w ostatnich 24 mcach. Zmiany organizacyjne. Optymalizacja procesów. Doświadczenie zawodowe Lead Auditor ISO 9001:2015 Lead Auditor ISO 14001:2015, Lead Auditor ISO 45001:2018, Była stałym konsultantem ONZ w zakresie doradztwa SZJ – projekt UMBRELLA. Publikacje w "Quality Problems" "Businessman Magazine", "Marketing Service", co-author książki "Quality Management in Company". Od 1997 roku prowadzi własną firmę doradczą „CDJ” Poznań w zakresie

wdrożeń Systemów Zarządzania. Laureatka w konkursie "Kobieta Przedsiębiorcza 2003".
Rekomendacja TUV Rheinland, DNV, SGS, TUV Nagroda „Europrodukt” 2002, Akredytacja Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości "Wstęp do Jakości" - 2002 , 2003, 2004. Certyfikat Konsultanta Funduszy UE. . Działalność szkoleniowa i doradcza. Wykładowca Studiów Podyplomowych. Od 1993 pomoc doradcza dla organizacji i podmiotów prywatnych.
Przeprowadziła szkolenie w 2025 o tematyce wdrożenia rozwiązań Zielonej Transformacji oraz odpowiedzialnego komunikowania w tym identyfikację i przeciwdziałanie zjawisku greenwashingu w firmie KETER w Słupsku oraz w 202 roku z firmie STEC KARTON w Człuchowie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

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

Skrypt szkoleniowy „Odpowiedzialna komunikacja i greenwashing” zawierający podstawowe pojęcia, omówienie regulacji krajowych i unijnych, opis form greenwashingu oraz przykłady odpowiedzialnej komunikacji

Zestaw ćwiczeń i kart pracy w tym: analiza rzeczywistych komunikatów marketingowych (reklamy, etykiety), karty do oceny zgodności produktów z przekazem marketingowym, lista kontrolna „Jak rozpoznać greenwashing”, 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),

Materiały podsumowujące, w tym test samooceny wiedzy, ankieta ewaluacyjna oraz zestawienie dobrych praktyk komunikacji marketingowej w duchu zrównoważonego rozwoju.

Warunki uczestnictwa

1. Posiadanie profilu Uczestnika w Bazie Usług Rozwojowych – BUR
2. Zapisanie się na wybraną usługę przez wysłanie zgłoszenia na adres mejlowy d.piotrowska@cdj.poznan.pl – temat: Dofinansowanie BUR
3. odpisanie umowy z operatorem i otrzymanie nr ID wsparcia.
4. Podpisanie Umowy szkoleniowej z CDJ Sp. z o.o.
5. Postępowanie zgodnie z Regulaminem Operatora.

Informacje dodatkowe

Zajęcia prowadzone są metodami aktywizującymi, takimi jak: analiza przypadków (case study), dyskusje moderowane, ćwiczenia indywidualne i grupowe, praca na przykładach komunikatów marketingowych.

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 szkół.

Cena nie zawiera kosztów noclegu i transportu uczestnika.

Adres

ul. Błażeja 106B/10

61-608 Poznań

woj. wielkopolskie

ul. Błażeja 106B, Poznań, woj. wielkopolskie

I piętro

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



DANUTA PIOTROWSKA

E-mail cdj@post.pl

Telefon (+48) 505 111 545