



EduEasy Justyna  
Szewioła

★★★★★ 5,0 / 5  
108 ocen

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

Numer usługi 2026/01/09/163468/3247299

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 26 h

📅 02.02.2026 do 10.02.2026

6 288,00 PLN brutto

6 288,00 PLN netto

241,85 PLN brutto/h

241,85 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem

### Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest dla osób odpowiedzialnych za komunikację w przedsiębiorstwie, w szczególności dla pracowników działów marketingu, osób współpracujących z klientami i kontrahentami, menedżerów, właścicieli. Ponadto kompetencja będzie przydatna dla osób zajmujących się zakupami/zamówieniami w przedsiębiorstwie.

### Minimalna liczba uczestników

1

### Maksymalna liczba uczestników

25

### Data zakończenia rekrutacji

01-02-2026

### Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

### Liczba godzin usługi

26

### Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do analizowania przekazów marketingowych pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do prośrodowiskowych aspektów produktów i usług, identyfikowaniem sygnałów ostrzegawczych, nieuczciwych praktyk przedsiębiorców i wykrywaniem naruszeń przepisów w tym zakresie oraz wiedzę na temat zjawiska greenwashingu oraz

stosowanych technik i praktyk greenwashingu. Przygotowuje do korzystania z regulacji prawnych dotyczących greenwashingu oraz standardów działania w tym zakresie.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się                                                                                                         | Kryteria weryfikacji                                                                                                          | Metoda walidacji        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1. WIEDZA - Uczestnik analizuje uwarunkowania prawne dotyczące komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju | omawia regulacje krajowe i unijne w kontekście odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju    | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                            | omawia krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu                                                              | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                            | opisuje obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju                                  | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                            | opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju       | Wywiad ustrukturyzowany |
| 2. WIEDZA - Uczestnik charakteryzuje zjawisko greenwashingu                                                                | wyjaśnia definicję greenwashingu                                                                                              | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                            | omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing) | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                            | wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu                                                                    | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                            | podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż                                                          | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                            | wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu                                                              | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                            | omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów                                                         | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                            | opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne)                       | Wywiad ustrukturyzowany |

| Efekty uczenia się                                                                                                                                             | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                    | Metoda walidacji        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 3. UMIEJĘTNOŚCI - Uczestnik analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do prośrodowiskowych aspektów produktów i usług | wymienia typowe sformułowania stosowane w języku greenwashingu                                                                                          | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                                                                | wskazuje w komunikatach marketingowych (np. w reklamach, na etykietach) hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                                                                | opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu                                                           | Test teoretyczny        |
| 4. UMIEJĘTNOŚCI - Uczestnik analizuje zgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej                             | rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem                                                                                               | Test teoretyczny        |
|                                                                                                                                                                | wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową                                    | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                                                                | identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem                                                                     | Test teoretyczny        |
|                                                                                                                                                                | wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności                                                            | Test teoretyczny        |

| Efekty uczenia się                                                                                                              | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                        | Metoda walidacji        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 5. UMIEJĘTNOŚCI - Uczestnik 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                                | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                                 | wymienia przykładowe oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zintegrowanego rozwoju | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                                 | omawia kryteria świadczące o wiarygodności certyfikatów i znaków jakości w zakresie zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju                             | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                                 | wymienia certyfikaty i znaki jakości, które nie spełniają kryteriów świadczących o wiarygodności certyfikatu lub znaku jakości                              | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                                 | opisuje sposoby weryfikowania wiarygodności oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju                                       | Test teoretyczny        |
| 6. UMIEJĘTNOŚCI - Uczestnik analizuje działania podmiotu w kontekście postępowania zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju | podaje przykłady działań zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju                                                                                      | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                                 | wskazuje przykłady działań, które mogą świadczyć o stosowaniu przez podmiot greenwashingu                                                                   | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                                                 | wymienia narzędzia do wykrywania działań o charakterze greenwashingu                                                                                        | Wywiad ustrukturyzowany |

| Efekty uczenia się                                                                                  | Kryteria weryfikacji                                                                                                                               | Metoda walidacji        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 7. UMIEJĘTNOŚCI - Uczestnik stosuje strategie unikania greenwashingu                                | opisuje metody minimalizowania ryzyka występowania greenwashingu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa                                      | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                     | opisuje przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju                                     | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                     | omawia standardy i dobre praktyki dotyczące odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju           | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                     | 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                 | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                     | kreśla cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu                         | Test teoretyczny        |
| 8. KOMPETENCJE SPOŁECZNE - Uczestnik 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  | Wywiad ustrukturyzowany |
|                                                                                                     | opisuje procedury zgłaszania działań mających znamiona greenwashingu                                                                               | Wywiad ustrukturyzowany |

# 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

### I. PROGRAM USŁUGI

#### 1. Uwarunkowania prawne dotyczące komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju

- 1.1. Podstawy prawne komunikacji marketingowej w UE i Polsce
- 1.2. Regulacje Unii Europejskiej dotyczące zrównoważonego marketingu (m.in. Dyrektywa o zielonych oświadczeniach – Green Claims Directive)
- 1.3. Przepisy dotyczące uczciwej konkurencji i przeciwdziałania wprowadzaniu konsumenta w błąd
- 1.4. Rola Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) i innych organów nadzoru
- 1.5. Standardy etyczne i branżowe kodeksy reklamy (m.in. Kodeks Etyki Reklamy, ICC)
- 1.6. Zasady stosowania oświadczeń środowiskowych w materiałach marketingowych
- 1.7. Odpowiedzialność prawna i reputacyjna za wprowadzające w błąd przekazy ekologiczne

#### 2. Zjawisko greenwashingu – istota i mechanizmy

- 2.1. Definicja i geneza pojęcia greenwashing
- 2.2. Typowe formy i praktyki greenwashingu w marketingu
- 2.3. Przyczyny występowania zjawiska greenwashingu w przedsiębiorstwach
- 2.4. Skutki greenwashingu dla konsumentów, firm i rynku
- 2.5. Rola opinii publicznej i mediów w ujawnianiu przypadków greenwashingu
- 2.6. Przykłady greenwashingu w różnych branżach (energetyka, moda, FMCG, transport, IT)
- 2.7. Granica między autentycznym marketingiem ekologicznym a greenwashingiem

#### 3. Analiza rzetelności komunikatów marketingowych

- 3.1. Identyfikacja elementów komunikatu marketingowego odnoszących się do aspektów środowiskowych
- 3.2. Kryteria oceny prawdziwości i wiarygodności komunikatów proekologicznych

- 3.3. Wykorzystanie danych, raportów i certyfikatów jako źródeł weryfikacji
- 3.4. Analiza przykładów komunikatów w mediach i kampaniach reklamowych
- 3.5. Wykrywanie manipulacji, uproszczeń i nadinterpretacji w przekazach reklamowych
- 3.6. Tworzenie wzorców rzetelnej komunikacji marketingowej w duchu zrównoważonego rozwoju

#### **4. Analiza zgodności produktów i usług z informacjami w komunikacji marketingowej**

- 4.1. Weryfikacja deklarowanych cech produktu z rzeczywistym cyklem życia produktu (LCA)
- 4.2. Zgodność informacji środowiskowych na etykiecie i w materiałach promocyjnych
- 4.3. Analiza źródeł danych wykorzystywanych w oświadczeniach środowiskowych
- 4.4. Studium przypadków – przykłady produktów o niezgodnych deklaracjach
- 4.5. Ocena dowodów potwierdzających zgodność działań z deklaracjami marketingowymi
- 4.6. Zasady formułowania wiarygodnych informacji o produktach i usługach

#### **5. Analiza oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju**

- 5.1. Typy oznaczeń i certyfikatów środowiskowych (publiczne, branżowe, prywatne)
- 5.2. Etykiety ekologiczne i certyfikaty produktowe (np. EU Ecolabel, FSC, Fairtrade, Energy Star)
- 5.3. Kryteria nadawania i zasady stosowania certyfikatów
- 5.4. Różnice między certyfikatami uznanymi a pseudoekologicznymi oznaczeniami
- 5.5. Analiza wiarygodności i zasięgu stosowania poszczególnych oznaczeń
- 5.6. Rozpoznawanie fałszywych lub wprowadzających w błąd symboli ekologicznych
- 5.7. Przykłady nadużyć związanych z użyciem certyfikatów i oznaczeń

#### **6. Analiza działań podmiotu w kontekście zrównoważonego rozwoju**

- 6.1. Identyfikacja działań przedsiębiorstwa w obszarze środowiskowym, społecznym i ekonomicznym
- 6.2. Wskaźniki i mierniki zrównoważonego rozwoju (np. emisje CO<sub>2</sub>, zużycie energii, gospodarka odpadami)
- 6.3. Analiza raportów ESG i niefinansowych sprawozdań firm
- 6.4. Ocena spójności działań operacyjnych z komunikacją marketingową
- 6.5. Transparentność i wiarygodność informacji udostępnianych interesariuszom
- 6.6. Identyfikacja luk między deklaracjami a praktyką w działalności firmy
- 6.7. Dobre praktyki w raportowaniu i komunikowaniu działań zrównoważonych

#### **7. Strategie unikania greenwashingu**

- 7.1. Zasady transparentnej i etycznej komunikacji marketingowej
- 7.2. Wewnętrzne procedury weryfikacji komunikatów proekologicznych
- 7.3. Rola działu marketingu, PR i CSR w zapobieganiu greenwashingowi
- 7.4. Tworzenie standardów i polityk komunikacji w zakresie zrównoważonego rozwoju
- 7.5. Kształtowanie autentycznego przekazu opartego na faktach i danych
- 7.6. Edukacja i szkolenia pracowników w zakresie odpowiedzialnej komunikacji
- 7.7. Wdrażanie zasad „green claim check” w codziennej praktyce marketingowej

#### **8. Przeciwdziałanie greenwashingowi w praktyce organizacyjnej**

- 8.1. Budowanie kultury organizacyjnej opartej na transparentności i odpowiedzialności
- 8.2. Reagowanie na przypadki nieuczciwych praktyk marketingowych w organizacji
- 8.3. Promowanie etycznych standardów komunikacji wśród współpracowników i partnerów
- 8.4. Współpraca między działami (marketing, CSR, prawo, compliance) w przeciwdziałaniu greenwashingowi
- 8.5. Działania naprawcze w przypadku wykrycia greenwashingu
- 8.6. Komunikacja kryzysowa w sytuacji zarzutów o greenwashing
- 8.7. Kształtowanie postaw proetycznych i świadomości społecznej w zakresie zrównoważonego marketingu

## 9. WALIDACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

II. Szkolenie skierowane do maksymalnie 25 (dwudziestu pięciu uczestników).

III. W ramach wszystkich tematów zaplanowanych na szkoleniu wykorzystywane będą techniki i metody pozwalające na rozwój umiejętności: ćwiczenia, dyskusje, testy, scenki, case study, wykłady, w szczególności case study, ćwiczenia do samodzielnego lub grupowego wykonania przez uczestników usługi.

IV. Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

V. Organizator usługi zapewnia uczestnikom:

-> zestaw ćwiczeń praktycznych, pozwalających nabyć i utrwalić zakładane efekty uczenia się, a także na bieżąco weryfikować nabywane umiejętności,

-> wyposażenie pozwalające na krótką prezentację efektów ćwiczeń przez uczestników usługi rozwojowej, zależne od sposobu prowadzenia usługi (stacjonarny/online),

-> dostęp do książek, podręczników, publikacji polsko- i obcojęzycznych, dotyczących prezentowanych zagadnień

VI. Uczestnik przed rozpoczęciem usługi może uzupełnić i uporządkować dotychczasową wiedzę, celem lepszego przyswojenia programu szkolenia, poprzez zapoznanie się z treścią materiałów szkoleniowych udostępnionych w formie skryptu pdf, wysłanego na adres mailowy wskazany w formularzu zgłoszeniowym min. wykonując ankietę znajdującą się w materiałach szkoleniowych.

VII. Dostawca Usług zapewnia warunki organizacyjne wraz z niezbędnymi materiałami do prawidłowego przeprowadzenia walidacji. W trakcie trwania szkolenia realizowane będą ćwiczenia, testy, scenki sytuacyjne jako metody pracy z uczestnikiem sprzyjające osiągnięciu założonych celów usługi rozwojowej - zaplanowane działania nie stanowią elementu procesu walidacji.

--> PRAKTYKA - 14 H (1H -45 MIN.) - w tym walidacja 1 h (1 h - 45 min.)

--> TEORIA - 12 H (1 H - 45 MIN.)

--> Przerwy nie są wliczone są w czas trwania usługi i trwają 75 min. łącznie.

## VIII. WALIDACJA

VIII.1 Walidacja usługi jest wliczona do procesu kształcenia, a tym samym do czasu trwania usługi rozwojowej zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie regulacjami. Metody walidacji: wywiad swobodny, analiza dowodów i deklaracji, wywiad ustrukturyzowany.

VIII.2 Wybrane metody walidacji umożliwiają zweryfikowanie zarówno wiedzy, umiejętności jak i kompetencji społecznych (postaw).

VIII.3 Opis walidacji:

- Wywiad ustrukturyzowany - Wywiad ustrukturyzowany to metoda, w której badacz lub rekruter posługuje się ściśle przygotowanym zestawem pytań. Każdy uczestnik dostaje dokładnie te same pytania, zadawane w tej samej kolejności i w jednakowej formie. Dzięki temu możliwe jest łatwe porównywanie odpowiedzi różnych osób. Metoda ta kładzie nacisk na standaryzację, czyli jednolite zasady prowadzenia rozmowy. Opis prowadzenia przedmiotowej metody walidacji: kandydat jest proszony o wybranie spośród otrzymanych przykładów i kontrprzykładów tych, które pasują do określonej koncepcji oraz o uzasadnienie swojej decyzji oraz kandydat jest proszony o przewidzenie wyniku danej sytuacji, a następnie wyjaśnienia lub uzasadnienia swoich przewidywań - rodzaj zadań jest dostosowany do tematyki szkolenia oraz wybranych efektów uczenia się oraz kryteriów weryfikacji.
- Test teoretyczny - Test teoretyczny w formie pisemnej. Test teoretyczny jako metoda walidacji to sposób sprawdzenia poprawności, skuteczności lub adekwatności danego rozwiązania (np. modelu, narzędzia badawczego, systemu lub hipotezy) na poziomie koncepcyjnym,



bez konieczności przeprowadzania badań empirycznych. Polega na logicznej, merytorycznej analizie założeń, zależności i mechanizmów, które tworzą podstawy danego rozwiązania.

VIII.4 Dostawca Usług zapewnia warunki organizacyjne wraz z niezbędnymi materiałami do prawidłowego przeprowadzenia walidacji. Przyjęte metody walidacji w pełni pozwalają na sprawdzenie uzyskania przez uczestnika oczekiwanych kompetencji w obszarze wiedza,umiejętności i kompetencje społeczne. Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie

VIII.5 Warunkiem uzyskania certyfikatu/zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć oraz zaliczenia zajęć w formie uzyskania wyniku pozytywnego min. 75% punktów z walidacji.

Wywiad ustrukturyzowany - Minimum 11,25 pkt na możliwych do uzyskania 15 pkt

Test teoretyczny - Minimum 15 pkt na możliwych do uzyskania 20 pkt

VIII.6 Sposób organizacji walidacji: ZDALNIE W CZASIE RZECZYWISTYM

VIII. 7 Podany termin walidacji jest terminem pierwszym możliwym do zrealizowania walidacji dla jednego uczestnika. Walidator przed terminem walidacji ustali godziny walidacji dla pozostałych uczestników.

IX. Fakt uczestnictwa w szkoleniu oraz walidacji zostanie potwierdzony raportem z logowania.

X. Usługa nie jest świadczona przez podmiot, z którym pracodawca lub delegowany pracownik korzystający ze wsparcia są powiązani kapitałowo lub osobowo. Usługa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Beneficjenta lub partnera w danym projekcie.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

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

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 6 288,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 6 288,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 241,85 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 241,85 PLN   |

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## dr Krzysztof Sala

Studia w AE w Krakowie. Studia podyplomowe w WSZiB w Krakowie oraz certyfikaty audytora wewnętrznego w zakresie jakości i ochrony środowiska. W 2012 roku obronił doktorat w SGH w Warszawie w Kolegium Zarządzania i Finansów.

Studia podyplomowe w zakresie jakości i ochrony środowiska w Wyższej Szkole Zarządzania i Bankowości w Krakowie (2003-2004) zakończonych w 2004 roku uzyskaniem dyplomu oraz certyfikatów audytora wewnętrznego systemu zarządzania jakością i zarządzania środowiskowego. W latach 2012-2013 słuchacz Studium Pedagogicznego i uzyskany dyplom przygotowania pedagogicznego na UE w Krakowie w 2013 roku. Autor 70 publikacji opublikowanych w kraju i zagranicą, monografii. Uczestnik ponad 60 konferencji naukowych zarówno w kraju, jak i za granicą. W 2022 roku staż naukowy na Wydziale Zarządzania AGH w Krakowie. Książki min.: Sala K.(2018) Postmodernistyczne zachowania konsumentów na rynku turystycznym w Polsce. Posiada kompetencje spełniające wymogi określone w §6 rozporządzenia Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe. Trener posiada minimum 3 lata doświadczenia w obszarze związanym z komunikacją marketingową oraz w obszarze zrównoważonego rozwoju, jak również doświadczenie w zakresie realizacji usług rozwojowych w ilości minimum 100 h .

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały autorskie w formie pdf firmy EDUEASY JUSTYNA SZEWIOŁA. Materiały szkoleniowe zostaną przekazane uczestnikom usługi przedrozpoczęciem procesu szkoleniowego w formie pdf NA WSKAZANY PRZEZ UCZESTNIKA ADRES MEILOWY

Organizator usługi zapewnia uczestnikom:

- zestaw ćwiczeń praktycznych, pozwalających nabyć i utrwalić zakładane efekty uczenia się, a także na bieżąco weryfikować nabywane umiejętności,
- wyposażenie pozwalające na krótką prezentację efektów ćwiczeń przez uczestników usługi rozwojowej, zależne od sposobu prowadzenia usługi (stacjonarny/online)
- dostęp do książek, podręczników, publikacji polsko- i obcojęzycznych, dotyczących prezentowanych zagadnień oraz dostęp do aktów prawnych w zakresie zielonej transformacji
- oprogramowanie umożliwiające prezentowanie treści oraz komunikację zdalną

### Warunki uczestnictwa

1. Zapis na usługę z wykorzystaniem odpowiedniego ID wsparcia
2. Obecność na zajęciach - minimum 80% czasu trwania całej usługi rozwojowej
3. Przystąpienie do walidacji
4. Wypełnienie ankiet oceniających usługę

### Informacje dodatkowe

1. Warunki niezbędne do osiągnięcia celu głównego są jednocześnie warunkami do otrzymania przez Uczestnika zaświadczenia o ukończeniu udziału w usłudze rozwojowej. Warunkiem uzyskania zaświadczenia/ certyfikatu jest uczestnictwo w co najmniej **80%** zajęć usługi rozwojowej oraz przystąpienie do walidacji. Zaplanowano przerwy, które nie są wliczone w czas trwania szkolenia. Po zakończeniu udziału w usłudze rozwojowej i spełnieniu założonych wymogów (szkoleniu), uczestnik otrzymuje odpowiednie zaświadczenie/certyfikat o jej ukończeniu oraz zobowiązuje się do wypełnienia ankiety oceny szkolenia w BUR.

2. Usługodawca nie jest podmiotem pełniącym funkcję Beneficjenta lub partnera w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FER. Podstawa zwolnienia z podatku VAT (w związku ze stawką VAT zw.): § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2013r.

## Warunki techniczne

1. Usługa zostanie przeprowadzona za pośrednictwem platformy/komunikatora umożliwiającego realizację oraz monitoring usługi w czasie rzeczywistym ClickMeeting, umożliwiającej osiągnięcie założonych celów i efektów usługi;
2. Uczestnik dysponuje urządzeniem spełniającym następujące wymagania sprzętowe: komputer wyposażony w kamerę i głośnik z aktualnym systemem operacyjnym (Windows, macOS lub Linux) i co najmniej 2 GB pamięci RAM;
3. Uczestnik dysponuje łączem sieciowym spełniającym następujące parametry: szybkość pobierania i wysyłania co najmniej 5Mb/s;
4. Uczestnik dysponuje niezbędnym oprogramowaniem umożliwiającym dostęp do prezentowanych treści i materiałów;
5. Dostawca usługi udostępni link umożliwiający uczestnictwo w usłudze zdalnej w czasie rzeczywistym przez cały okres trwania usługi (włącznie z przerwami);
6. **Usługa będzie realizowana w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:**
7. Szkolenie będzie realizowane za pośrednictwem platformy ClickMeeting. Wymagania systemowe, które muszą zostać spełnione:  
Połączenie internetowe - szerokopasmowe przewodowe lub bezprzewodowe (3G lub 4G / LTE). Głośniki i mikrofon - wbudowane, wtyk USB lub bezprzewodowy Bluetooth
8. Obsługiwane systemy operacyjne: macOS X z systemem macOS 10.9 lub nowszym, Windows 10 \* Uwaga: urządzenia z systemem Windows 10 muszą działać w systemie Windows 10, Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany, Windows 8 lub 8.1, System Windows 7, Ubuntu 12.04 lub nowszy, Mint 17.1 lub nowszy, Red Hat Enterprise Linux 6.4 lub nowszy, OracleLinux 6.4 lub nowszy, CentOS 6.4 lub nowszy, Fedora 21 lub nowsza, OpenSUSE 13.2 lub nowszy, ArchLinux (tylko 64-bitowy)
9. Uczestnik nie musi zakładać konta na Click Meeting, ani ściągać oprogramowania na komputer, choć jest to zalecane
10. Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line - permanentnie, do czasu zakończenia terminu usługi rozwojowej.
11. Obsługiwane przeglądarki: Windows: Internet Explorer 11+, Edge 12+, Firefox 27+, Chrome 30+, macOS: Safari 7+, Firefox 27+, Chrome 30+, Linux: Firefox 27+, Chrome 30+g) Wymagania dotyczące procesora i pamięci RAM: minimum: Jednodzeniowy 1 GHz lub wyższy zalecane: Dwudzeniowy 2 GHz lub lepszy (Intel i3 / i5 / i7 lub odpowiednik AMD)h). Obsługiwane tablety i urządzenia mobilne: Surface PRO 2 lub nowszy z systemem Windows 8.1 lub nowszym, Uwaga : tablety z systemem Windows 10 muszą mieć system Windows 10 Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany, Urządzenia z systemem iOS i Android, Urządzenia Blackberry.
12. Uczestnicy oraz Administratorzy Regionalni (operator) otrzymają dostęp do usługi minimum jeden dzień przed rozpoczęciem terminu usługi rozwojowej.
13. Logowanie nie wymaga dodatkowego uwierzytelnienia
14. Usługodawca zapewnia sprzęt komputerowy dla trenera z dostępem do internetu, oprogramowanie umożliwiające prezentowanie treści oraz komunikację zdalną

## Kontakt



**Marta Świrszcz**

**E-mail** marta@edueasy.pl

**Telefon** (+48) 519 823 303