



2M PROMOTION
MAREK MRÓZ

★★★★★ 4,9 / 5

76 ocen

Animator budowania marki osobistej z elementami zrównoważonego rozwoju – szkolenie

Numer usługi 2026/01/12/185978/3253506

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 28.02.2026 do 01.03.2026

5 270,00 PLN brutto

5 270,00 PLN netto

329,38 PLN brutto/h

329,38 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / PR

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób indywidualnych, które z własnej inicjatywy pragną podnieść swoje umiejętności oraz kompetencje umożliwiające rozwój w kierunku umiejętności zawodowych i cyfrowych, niezbędnych do podjęcia pracy w sektorze zielonej gospodarki w zakresie działań komunikacyjnych, reputacyjnych i wizerunkowych przy wykorzystaniu narzędzi AI i zasad GOZ. Osób, które chcą znaleźć pracę w sektorze zielonej gospodarki, sektorach zrównoważonego rozwoju, specjalistów ESG, zaangażowanych w edukację ekologiczną i zrównoważony rozwój lub osoby zamierzające w przyszłości założyć własną działalność związaną z tym sektorem. Uczestnicy będą mieli okazję zdobyć praktyczne umiejętności w obszarze budowania zielonego wizerunku marki z wykorzystaniem AI i GOZ, które są niezbędne do skutecznego promowania ekologicznych inicjatyw i produktów, w oparciu o Program Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego oraz Regionalną Strategię Województwa Śląskiego.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

35

Data zakończenia rekrutacji

23-02-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

16

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

Usługa przygotowuje uczestnika do świadomego budowania własnej marki osobistej w oparciu o rzetelną komunikację, elementy zrównoważonego rozwoju i praktyczne wykorzystanie narzędzi AI. Po zakończeniu zajęć uczestnik będzie potrafił ocenić swój dotychczasowy wizerunek, zaplanować jego rozwój, tworzyć spójne treści oraz unikać błędów wpływających na reputację.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje podstawowe pojęcia związane z zielonym wizerunkiem, GOZ i innowacjami.	Wyjaśnia, czym jest zielony wizerunek marki i jakie elementy go tworzą.	Test teoretyczny
	Rozróżnia tradycyjne podejście do budowania reputacji od podejścia opartego na zasadach zrównoważonego rozwoju.	Test teoretyczny
	Wskazuje kluczowe elementy GOZ (m.in. ograniczanie odpadów, efektywne wykorzystanie zasobów, energia odnawialna) i potrafi odnieść je do działań komunikacyjnych.	Test teoretyczny
	Opisuje, w jaki sposób narzędzia AI mogą wspierać zielony wizerunek oraz jakie ryzyka reputacyjne mogą się z tym wiązać.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera odpowiednie grupy docelowe na podstawie analizy potrzeb ekologicznych z wykorzystaniem AI.	Analiza dowodów i deklaracji
Tworzy strategie komunikacyjne promujące zrównoważony rozwój i zielone inicjatywy w budowaniu wizerunku marki.	Projektuje kampanie, które integrują treści edukacyjne, inspirujące i angażujące społeczność w działania proekologiczne z GOZ.	Analiza dowodów i deklaracji
	Optymalizuje treści pod kątem efektywności i zaangażowania odbiorców z AI.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Opracowuje treści i materiały promujące zrównoważony rozwój w komunikacji marki z wykorzystaniem narzędzi AI.	Tworzy treści edukacyjne, informacyjne i wizerunkowe zgodne z zasadami GOZ.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Projektuje grafiki, opisy i materiały wizualne z wykorzystaniem narzędzi AI.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dostosowuje treści do różnych kanałów komunikacji, zachowując spójność przekazu.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Ocena skuteczność działań komunikacyjnych i kampanii wizerunkowych z wykorzystaniem wskaźników oraz narzędzi analitycznych opartych o AI.	Interpretuje podstawowe wskaźniki efektywności (KPI), takie jak zasięg, zaangażowanie, konwersja.	Analiza dowodów i deklaracji
	Analizuje działania komunikacyjne na podstawie raportów i danych dostarczonych przez narzędzia AI.	Analiza dowodów i deklaracji
	Formułuje rekomendacje na podstawie danych i przedstawia sposoby poprawy efektywności kampanii.	Analiza dowodów i deklaracji
Wdraża zasady etycznej i zrównoważonej komunikacji, minimalizując ryzyka reputacyjne związane z wykorzystaniem AI i GOZ.	Identyfikuje działania komunikacyjne mogące prowadzić do greenwashingu.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje etyczne zasady komunikacji i potrafi odnieść je do swojej marki lub projektu. Proponuje działania minimalizujące ryzyka reputacyjne w kampaniach i przekazach.	Test teoretyczny Obserwacja w warunkach symulowanych
Tworzy i optymalizuje materiały edukacyjne dotyczące zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnej komunikacji. Monitoruje harmonogram publikacji treści i dostosowuje go na podstawie danych z narzędzi analitycznych oraz AI.	Opracowuje treści (posty, infografiki, krótkie materiały edukacyjne) dotyczące GOZ.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dostosowuje materiały do różnych grup odbiorców, uwzględniając ich poziom wiedzy.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wprowadza poprawki zwiększające zrozumiałość i zaangażowanie użytkowników. Planuje publikacje i rozkłada treści strategicznie w czasie. Metody:	Obserwacja w warunkach symulowanych Analiza dowodów i deklaracji
	Interpretuje wskazania algorytmów dotyczące najlepszych terminów publikacji.	Analiza dowodów i deklaracji
	Modyfikuje harmonogram na podstawie wyników i rekomendacji AI.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje skuteczność różnych form treści w budowaniu świadomości ekologicznej odbiorców.	Porównuje efektywność różnych formatów (post, wideo, grafika, infografika).	Test teoretyczny
	Ocenia reakcje odbiorców (komentarze, zaangażowanie, zasięg).	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Wyciąga wnioski i proponuje działania korygujące.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Szkoli innych z zakresu zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnej komunikacji.	Przygotowuje krótki materiał edukacyjny lub mini-szkolenie.	Analiza dowodów i deklaracji
	Prezentuje wybrany temat w sposób zrozumiały i angażujący.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Dobiera przykłady i argumenty dostosowane do potrzeb grupy.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Monitoruje obowiązujące przepisy i procedury środowiskowe związane z komunikacją i wizerunkiem marki. Audytuje procesy komunikacyjne i identyfikuje możliwości ich poprawy w kontekście zrównoważonego rozwoju.	Wskazuje akty prawne dotyczące GOZ, komunikacji i odpowiedzialności środowiskowej.	Test teoretyczny
	Analizuje, w jaki sposób przepisy wpływają na działania komunikacyjne marki.	Analiza dowodów i deklaracji
	Uwzględnia podstawowe wymogi prawne przy tworzeniu treści i strategii.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Analizuje obecne działania komunikacyjne marki pod kątem ich wpływu środowiskowego.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje obszary wymagające optymalizacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Proponuje konkretne usprawnienia zgodne z zasadami GOZ i etycznej komunikacji.	Analiza dowodów i deklaracji
Prezentuje przygotowane rozwiązania w sposób spójny, przejrzysty i uzasadniony, odnosząc się do zasad GOZ, AI i etyki komunikacji.	Jasno przedstawia własny projekt lub strategię.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Uzasadnia wybór rozwiązań w oparciu o analizę danych i wartości GOZ.	Analiza dowodów i deklaracji
	Odpowiada na pytania i potrafi obronić proponowane rozwiązania.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 4. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kwalifikacji jest rozpoznawalny i uznawalny w danej branży/sektorze (czy certyfikat otrzymał pozytywne rekomendacje od co najmniej 5 pracodawców danej branży/sektorów lub związku branżowego, zrzeszającego pracodawców danej branży/sektorów)?

TAK

Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów	uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	2M Promotion (Operator egzaminu MY PS na podstawie Umowy Licencyjnej nr PL/OW-MYPS/0172/25)
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Fundacja My Personality Skills (jest instytucją certyfikującą wpisaną do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji pod numerem: 25704)

Program

Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych, które chcą rozwijać kompetencje związane z budowaniem zielonego wizerunku marki, odpowiedzialną komunikacją, projektowaniem treści oraz wykorzystaniem narzędzi AI zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Dedykowane jest osobom pracującym w obszarach PR, marketingu, komunikacji, promocji oraz wszystkim, którzy chcą świadomie kreować reputację marki z uwzględnieniem zasad GOZ.

Usługa realizowana jest w formule zdalnej w czasie rzeczywistym (online live) w godzinach zegarowych, bez podziału na podgrupy.

Przerwy są wliczone w czas trwania usługi.

Szkolenie obejmuje 12 godzin zegarowych (16 godzin dydaktycznych), w tym:

- 8 godzin zajęć teoretycznych,
- 4 godziny zajęć praktycznych.

Uczestnik musi posiadać własny komputer z kamerą, mikrofonem, dostępem do Internetu oraz możliwością korzystania z platformy szkoleniowej i udostępnionych materiałów.

Zakres ramowy szkolenia

1. Wprowadzenie do zielonego wizerunku i odpowiedzialnej komunikacji

- znaczenie zielonego wizerunku w budowaniu reputacji,
- wartości, misja i etyka komunikacji,
- rola treści w budowaniu wizerunku marki,
- aktualne trendy w komunikacji i zielonym PR,
- rzetelność i odpowiedzialność przekazów, zgodność z zasadami GOZ.

1. Narzędzia AI wspierające działania wizerunkowe

- generowanie treści (teksty, opisy, propozycje komunikatów),
- tworzenie i edycja materiałów wizualnych przy wsparciu AI,
- analiza danych reputacyjnych z AI,

- dobre praktyki i zagrożenia związane z wykorzystaniem AI.

1. Tworzenie treści wizerunkowych zgodnych z zasadami GOZ

- przygotowanie treści (posty, grafiki, materiały edukacyjne),
- dostosowanie przekazu do różnych kanałów i grup odbiorców,
- storytelling w zgodzie z zasadami zrównoważonego rozwoju,
- ćwiczenia praktyczne realizowane z wykorzystaniem obserwacji w warunkach symulowanych.

1. Analiza ryzyk reputacyjnych i ich minimalizacja

- identyfikacja greenwashingu i nieetycznych praktyk,
- analiza wpływu komunikacji na reputację,
- ćwiczenia warsztatowe z oceną ryzyka,
- elementy obserwacji w warunkach rzeczywistych.

1. Projektowanie strategii budowania zielonego wizerunku

- tworzenie strategii komunikacji odpowiedzialnej,
- praca nad segmentacją odbiorców i dopasowaniem treści,
- projektowanie działań edukacyjnych i proekologicznych,
- warsztaty oceniane metodą obserwacji w warunkach symulowanych.

1. Analiza wyników działań komunikacyjnych

- kluczowe wskaźniki reputacyjne (zasięg, odbiór, zaangażowanie),
- analiza danych z narzędzi AI i KPI,
- interpretacja wyników i tworzenie rekomendacji,
- zajęcia obejmują debatę swobodną oraz analizę dowodów i deklaracji.

1. Odpowiedzialna komunikacja i planowanie wdrożeń

- przykłady dobrych i złych praktyk,
- tworzenie planów komunikacji zgodnych z zasadami etyki i GOZ,
- przygotowanie zaleceń wdrożeniowych.

1. Warsztat końcowy – przygotowanie mini-strategii

- opracowanie projektu komunikacyjnego dla wybranej marki,
- integracja treści edukacyjnych, ekologicznych i AI,
- prezentacja projektu, omówienie wyborów komunikacyjnych,
- etap oceniany metodą obserwacji w warunkach symulowanych i analizy dowodów i deklaracji.

1. Walidacja kompetencji uczestników

Walidacja wewnętrzna obejmuje:

- analizę dowodów i deklaracji (ocena projektu komunikacyjnego przygotowanego przez uczestnika),
- obserwację w warunkach symulowanych (prezentacja, wykonanie zadań praktycznych, praca podczas warsztatów),
- obserwację w warunkach rzeczywistych (realizacja ćwiczeń w trakcie zajęć live),
- debatę podsumowującą, w której uczestnik uzasadnia dobór narzędzi, treści i zastosowanych rozwiązań.

Walidacja zewnętrzna obejmuje:

- egzamin końcowy – test jednokrotnego wyboru, realizowany przez podmiot certyfikujący.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Otwarcie szkolenia, cele, agenda, zasady pracy online	ALEKSANDRA MRÓZ	28-02-2026	10:00	10:15	00:15
2 z 15 Wprowadzenie: zielony wizerunek marki, GOZ i rola AI; zielone kompetencje	ALEKSANDRA MRÓZ	28-02-2026	10:15	11:45	01:30
3 z 15 Przerwa	ALEKSANDRA MRÓZ	28-02-2026	11:45	12:00	00:15
4 z 15 Redukcja ryzyk reputacyjnych z GOZ i AI; ćwiczenie SWOT reputacji	ALEKSANDRA MRÓZ	28-02-2026	12:00	13:30	01:30
5 z 15 Przerwa	ALEKSANDRA MRÓZ	28-02-2026	13:30	14:15	00:45
6 z 15 Zarządzanie projektami wizerunkowymi z AI i GOZ; projekt kampanii	ALEKSANDRA MRÓZ	28-02-2026	14:15	15:00	00:45
7 z 15 Podsumowanie dnia, Q&A, zadanie na dzień 2	ALEKSANDRA MRÓZ	28-02-2026	15:00	15:30	00:30
8 z 15 Tworzenie treści promujących zielony wizerunek (newsletter, posty, plakaty)	ALEKSANDRA MRÓZ	01-03-2026	10:00	11:30	01:30
9 z 15 Przerwa	ALEKSANDRA MRÓZ	01-03-2026	11:30	11:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 15 Optymalizacja kampanii: KPI, minimalizacja śladu węglowego; analiza danych	ALEKSANDRA MRÓZ	01-03-2026	11:45	13:15	01:30
11 z 15 Przerwa	ALEKSANDRA MRÓZ	01-03-2026	13:15	13:45	00:30
12 z 15 Projekty ESG i etyczne aspekty zielonego PR; case studies	ALEKSANDRA MRÓZ	01-03-2026	13:45	14:45	01:00
13 z 15 Plan wdrożenia po szkoleniu; deklaracje działań	ALEKSANDRA MRÓZ	01-03-2026	14:45	15:30	00:45
14 z 15 Walidacja wewnętrzna: analiza dowodów i deklaracji, obserwacja w warunkach symulowanych, obserwacja w warunkach rzeczywistych, debata podsumowująca.	-	01-03-2026	15:30	16:00	00:30
15 z 15 Egzamin końcowy (test jednokrotnego wyboru)	-	01-03-2026	16:00	16:30	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 270,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 270,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	329,38 PLN
Koszt osobogodziny netto	329,38 PLN
W tym koszt walidacji brutto	123,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	123,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	138,50 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	138,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

ALEKSANDRA MRÓZ

Specjalistka budowania marek i skutecznych kampanii w świecie online i offline – z doświadczeniem zdobytym w latach 2020–2025. Łączy kompetencje z zakresu marketingu, zarządzania, produkcji wideo i eventów.

Marketing & zarządzanie (2020–2025)

Od 2020 roku zrealizowała dziesiątki kampanii digitalowych jako ekspertka ds. social media, strategii komunikacyjnych i wdrażania marek osobistych oraz komercyjnych.

Specjalizuje się w wprowadzaniu nowych produktów na rynek – szczególnie w branży zoologicznej, zdrowotnej i beauty.

W ostatnich latach była odpowiedzialna za kompleksowe działania marketingowe kliniki medycyny estetycznej, a także współtworzyła kampanie promocyjne dla instytucji publicznych i firm prywatnych jako event managerka.

Media & produkcja (2020–2025)

Współtworzy wideo content: reklamy, teledyski, treści social media i kampanie wizerunkowe. Od 2021 roku regularnie występuje przed kamerą i prowadzi działania edukacyjne dla marek.

Dzięki doświadczeniu aktorskiemu (seriale, teatr) doskonale rozumie dynamikę pracy po obu stronach kamery, co przekłada się na profesjonalną produkcję i reżyserię treści.

Kreatywność & edukacja (2020–2025)

Absolwentka studiów z marketingu i zarządzania oraz podyplomowych studiów z zarządzania projektami. Obecnie rozwija kompetencje z zakresu administracji produkcji filmowej i telewizyjnej. W 2025 roku ukończyła szkolenie „Gospodarka Obiegu Zamkniętego w MŚP” organizowane przez PARP – wdraża zrównoważone podejście do komunikacji i produkcji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują zestaw materiałów szkoleniowych, obejmujący:

- skrypt szkoleniowy w formie PDF,
- prezentacje szkoleniowe (PPT/PDF),
- checklistę do projektowania marki osobistej,
- szablony dokumentów (strategia marki, plan komunikacji, analiza SWOT),
- pliki robocze do ćwiczeń,
- materiały dodatkowe: lista narzędzi AI, lista dobrych praktyk GOZ, case studies.

Warunki uczestnictwa

Znajomość obsługi komputera i Internetu w stopniu dobrym. Dzięki czemu uczestnicy będą mogli korzystać w pełni z interaktywnych materiałów oraz narzędzi online.

Informacje dodatkowe

Dodatkowe informacje:

- Organizator w trakcie szkolenia wprowadza metody aktywizujące: dyskusje grupowe, studia przypadków, obserwacja, ćwiczenia planowania integracji, analiza przypadków, warsztaty refleksyjne, role-playing
- Warunki organizacyjne:
- Zajęcia będą odbywały się w jednej grupie bez podziału na podgrupy,
- szkoleniowa zapewnia materiały szkoleniowe niezbędne do realizacji usługi.
- Organizator zapewnia dostępność usługi rozwojowej dla osób ze szczególnymi potrzebami, zgodnie z obowiązującymi przepisami. Dostosowujemy nasze usługi do indywidualnych wymagań uczestników, aby zapewnić pełne uczestnictwo i komfort w trakcie szkolenia
- Szkolenie trwa 12 godzin zegarowych (16 jednostek lekcyjnych po 45 minut każda. Podzielone na dwa dni. Przerwy, walidacja oraz czas oczekiwania na wynik walidacji są wliczone w całkowity czas trwania usługi.
- W polu "Liczba godzin usługi", wymiar czasowy szkolenia wyrażony jest w godzinach dydaktycznych gdzie jedna godzina równa jest 45 minutom.

Warunki techniczne

Uczestnik powinien posiadać:

- Urządzenie: PC/Mac (procesor 2 GHz, 4 GB RAM) lub smartfon/tablet (Android/iOS), energooszczędne (GOZ).
- Przeglądarka: Chrome/Firefox (zaktualizowane).
- Internet: 1 MB/s (zalecane 5 MB/s).
- Platforma: Microsoft Teams (Zoom alternatywa), konto aktywne.
- System: Windows 10/11, macOS, Android 8.0+, iOS 13+.
- Oprogramowanie: Canva AI, ChatGPT.
- Dźwięk/video: Kamera, mikrofon, słuchawki.

Przygotowanie: Test sprzętu 24h przed, ciche miejsce, tryb oszczędzania energii.

Kontakt



MAREK MRÓZ

E-mail biuro@2mpromotion.pl

Telefon (+48) 608 058 056