



Fundacja Homo
Perfectus

★★★★★ 4,9 / 5

1 822 oceny

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

Numer usługi 2026/01/23/28085/3279724

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 55 h

📅 10.03.2026 do 25.03.2026

13 750,00 PLN brutto

13 750,00 PLN netto

250,00 PLN brutto/h

250,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
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, menedżerów, właścicieli. Ponadto kompetencja będzie przydatna dla osób zajmujących się zakupami/zamówieniami w przedsiębiorstwie.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	25
Data zakończenia rekrutacji	09-03-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	55
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

Uczestnik szkolenia przygotowany jest do odpowiedzialnego planowania, analizowania i realizowania komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju, w sposób rzetelny, zgodny z obowiązującymi przepisami oraz odporny na ryzyko greenwashingu.

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
	wyjaśnia definicję greenwashingu	Test teoretyczny
	omawia różne formy greenwashingu	Test teoretyczny
Charakteryzuje zjawisko greenwashingu	wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu	Test teoretyczny
	podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż	Test teoretyczny
	wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu	Test teoretyczny
	omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów	Test teoretyczny
	opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
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	Test teoretyczny
	opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem	Test teoretyczny
	wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową	Test teoretyczny
Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej	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
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	Analiza dowodów i deklaracji
	wymienia przykładowe oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zintegrowanego rozwoju	Analiza dowodów i deklaracji
	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 opisuje sposoby weryfikowania wiarygodności oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny Test teoretyczny
Analizuje działania podmiotu w kontekście postępowania zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju	podaje przykłady działań zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju	Analiza dowodów i deklaracji
	wskazuje przykłady działań, które mogą świadczyć o stosowaniu przez podmiot greenwashingu	Test teoretyczny
	wymienia narzędzia do wykrywania działań o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny

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	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	Test teoretyczny
Realizuje działania z zakresu przeciwdziałania greenwashingowi	określa cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	rozpoznaje sygnały ostrzegawcze, nieuczciwe praktyki przedsiębiorców i naruszenia przepisów w zakresie greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji
	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 Marketing i komunikacja w zielonej transformacji

Blok 1.1 Marketing jako narzędzie komunikowania zrównoważonego rozwoju

- Rola marketingu w kształtowaniu postaw konsumenckich
- Marketing informacyjny, wizerunkowy i sprzedażowy
- Odpowiedzialność marketerów za treść przekazu
- regulacje krajowe i unijne w kontekście odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju
- **Ćwiczenie:** identyfikacja elementów komunikacji prośrodowiskowej w działaniach marketingowych marek

Blok 1.2 Zrównoważony rozwój w strategii komunikacyjnej marki

- Integracja ESG z marketingiem
- Spójność deklaracji z rzeczywistymi działaniami
- **Ćwiczenie:** analiza kampanii marketingowej pod kątem zgodności przekazu z praktyką firmy

Blok 1.3 Konsument i percepcja przekazów prośrodowiskowych

- Jak konsumenci interpretują komunikaty „zielone”
- Ryzyko uproszczeń i nadinterpretacji
- **Ćwiczenie:** mapowanie reakcji konsumentów na wybrane komunikaty marketingowe

Blok 1.4 Zaufanie, reputacja i odpowiedzialność komunikacyjna

- Zaufanie jako kapitał marki
- Długofalowe skutki błędów komunikacyjnych
- **Ćwiczenie:** analiza przypadku utraty reputacji na skutek nierzetelnej komunikacji

Dzień 2 Analiza rzetelności przekazów marketingowych

Blok 2.1 Rzetelność informacji w marketingu

- Fakty, dane, opinie i sugestie
- Kryteria rzetelnej informacji marketingowej
- **Ćwiczenie:** analiza komunikatu marketingowego – fakty vs. sugestie

Blok 2.2 Język marketingu prośrodowiskowego

- Sformułowania wysokiego ryzyka
- Nadużycia pojęć „eko”, „zielony”, „neutralny”
- **Ćwiczenie:** identyfikacja nieprecyzyjnych i wprowadzających w błąd sformułowań

Blok 2.3 Warstwa wizualna przekazu marketingowego

- Grafika, kolory, symbole jako sugestia ekologiczna
- **Ćwiczenie:** analiza materiałów wizualnych pod kątem ukrytych komunikatów

Blok 2.4 Marketing cyfrowy i media społecznościowe

- Specyfika ESG w kanałach online
- Ryzyko uproszczeń i skrótów
- **Ćwiczenie:** ocena postów marketingowych pod kątem rzetelności informacji

Dzień 3 Greenwashing jako ryzyko marketingowe

Blok 3.1 Istota i definicja greenwashingu

- Czym jest greenwashing i dlaczego powstaje
- Przyczyny występowania i stosowania greenwashingu - motywacje przedsiębiorstw
- Skala zjawiska w różnych branżach
- Greenwashing jako efekt błędów marketingowych
- **Ćwiczenie:** rozpoznawanie przykładów greenwashingu z rynku

Blok 3.2 Formy i mechanizmy greenwashingu

- Greenwashing językowy, wizualny i narracyjny
- Greencrowding, greenlighting, greenlabeling, greenhushing itd.
- Język greenwashingu i manipulacja przekazem
- Grafika, symbole i oznaczenia - wizualne formy greenwashingu, kolorystyka, ikony, sugestie wizualne
- Najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu
- Przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż
- **Ćwiczenie:** analiza materiałów graficznych pod kątem greenwashingu

Blok 3.3 Skutki greenwashingu

- Konsekwencje reputacyjne i rynkowe
- Krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu
- Reakcje konsumentów i instytucji nadzorczych
- **Ćwiczenie:** analiza konsekwencji dla firmy – praca na case study

Blok 3.4 Odpowiedzialność zespołów marketingowych

- Rozbieżność między deklaracjami a działaniami
- Rola marketerów, agencji i zarządów
- Obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju
- **Ćwiczenie:** identyfikacja punktów ryzyka greenwashingu w procesie marketingowym

Dzień 4 Sygnały ostrzegawcze, naruszenia i nieuczciwe praktyki

Blok 4.1 Sygnały ostrzegawcze w przekazach marketingowych

- Ogólniki, brak danych, nadmierne uproszczenia
- Słowa-klucze i sformułowania wysokiego ryzyka
- Nadużywanie pojęć „eko”, „zielony”, „neutralny”
- **Ćwiczenie:** stworzenie checklisty sygnałów ostrzegawczych

Blok 4.2 Certyfikaty, znaki jakości i standardy

- Typy certyfikatów i znaków jakości, ich rola w komunikacji
- Kryteria oceny rzetelności
- Fałszywe i mylące oznaczenia
- Międzynarodowe i branżowe standardy
- Jak komunikować certyfikaty bez ryzyka greenwashingu
- **Ćwiczenie:** analiza wybranych certyfikatów pod kątem wiarygodności

Blok 4.3 Nieuczciwe praktyki przedsiębiorców i wykrywanie naruszeń przepisów

- Marketing wprowadzający w błąd
- Granice perswazji
- Naruszenia regulacji dot. komunikacji marketingowej
- odpowiedzialność prawna wobec konsumentów
- **Ćwiczenie:** identyfikacja potencjalnych naruszeń w materiałach reklamowych

Blok 4.4 Marketing a odpowiedzialność społeczna

- Etyka i odpowiedzialność komunikacyjna
- **Ćwiczenie:** opracowanie zasad odpowiedzialnej komunikacji marketingowej

Dzień 5 Strategie unikania i przeciwdziałania greenwashingowi

Blok 5.1 Strategie zapobiegania greenwashingowi

- Projektowanie komunikacji opartej na faktach
- Długofalowe planowanie komunikacji
- Zasada „najpierw działanie, potem komunikacja”
- Spójność działań operacyjnych i komunikacyjnych
- **Ćwiczenie:** audyt komunikatu firmy

Blok 5.2 Strategie reagowania na greenwashing

- Jak reagować na zarzuty greenwashingu
- Rola UOKiK i innych instytucji
- procedury zgłaszania działań mających znamiona greenwashingu
- Korekta komunikacji i odbudowa zaufania
- **Ćwiczenie:** symulacja reakcji firmy na zarzut greenwashingu

Blok 5.3 Długofalowe przeciwdziałanie greenwashingowi

- Budowanie kultury odpowiedzialnej komunikacji
- Edukacja zespołów i partnerów
- Współpraca z dostawcami i partnerami
- cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu
- **Ćwiczenie:** projekt programu przeciwdziałania greenwashingowi w firmie

Blok 5.4 Procedury i standardy wewnętrzne

- Wewnętrzne zasady zatwierdzania komunikatów
- Rola compliance i zespołów marketingowych
- **Ćwiczenie:** projekt procedury weryfikacji komunikatów marketingowych

Dzień 6 Monitoring, reagowanie i doskonalenie komunikacji

Blok 6.1 Monitoring przekazów marketingowych

- Sygnały ryzyka w komunikacji
- Stała analiza treści i sygnałów ryzyka
- **Ćwiczenie:** opracowanie modelu monitoringu komunikacji marketingowej

Blok 6.2 Reagowanie na krytykę i zarzuty

- Zarządzanie kryzysem komunikacyjnym
- Naprawa reputacji
- Odpowiedzi na zarzuty nierzetelnej komunikacji
- Szkolenia, procedury, dobre praktyki
- **Ćwiczenie:** przygotowanie oficjalnej odpowiedzi firmy na krytykę

Blok 6.3 Analiza komunikacji marketingowej

- Metody minimalizowania ryzyka występowania greenwashingu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa
- Przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji
- Standardy i dobre praktyki dotyczące odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej
- Rekomendacje zmian i działań naprawczych

- **Ćwiczenie:** opracowanie rekomendacji przeciwdziałania greenwashingowi dla wybranej firmy

Blok 6.4 Doskonalenie kompetencji i przygotowanie do wdrożeń

- Utrwalanie kompetencji analizy rzetelności przekazów marketingowych
- Samodzielna ocena komunikatów pod kątem ryzyk prawnych, reputacyjnych i wizerunkowych
- Przekładanie wniosków z monitoringu i analiz na realne działania marketingowe
- Najczęstsze błędy popełniane przez zespoły marketingowe – jak ich unikać
- **Ćwiczenie:** indywidualna analiza wybranego komunikatu marketingowego (audyt końcowy) wraz z propozycją jego korekty

Dzień 7 Projektowanie i wdrażanie odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w praktyce

Blok 7.1 Projektowanie komunikacji marketingowej odpornej na greenwashing

- Projektowanie komunikatów marketingowych opartych na faktach i dowodach
- Dobór języka, narracji i argumentów w komunikacji prośrodowiskowej
- Ograniczanie ryzyka nadinterpretacji po stronie odbiorców
- Spójność komunikatu marketingowego z rzeczywistymi cechami produktu lub usługi
- **Ćwiczenie:** zaprojektowanie przykładowego komunikatu marketingowego o produkcie/usłudze z uwzględnieniem zasad unikania greenwashingu

Blok 7.2 Integracja komunikacji marketingowej z działaniami operacyjnymi firmy

- Powiązanie marketingu z działaniami operacyjnymi, zakupowymi i produkcyjnymi
- Współpraca marketingu z innymi działami (produkcja, logistyka, HR, compliance)
- Wewnętrzny obieg informacji jako element zapobiegania greenwashingowi
- Ryzyko rozbieżności między działaniami a komunikacją
- **Ćwiczenie:** mapowanie przepływu informacji w firmie i identyfikacja punktów ryzyka komunikacyjnego

Blok 7.3 Strategia długofalowej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju

- Planowanie długofalowej komunikacji prośrodowiskowej
- Dobór kanałów i form przekazu w czasie
- Spójność komunikacji online i offline
- Monitorowanie skuteczności i wiarygodności przekazów marketingowych
- **Ćwiczenie:** opracowanie szkicu długofalowej strategii komunikacji marketingowej uwzględniającej zasady odpowiedzialnej komunikacji

Blok 7.4 Walidacja

- Omówienie procesu walidacji
- Walidacja (test i zadanie praktyczne)
- Wynik walidacji i decyzja końcowa

Godzina szkolenia trwa 60 minut. Przerwy i walidacja są wliczane do czasu trwania usługi szkoleniowej i jej kosztów.

Usługa realizowana jest on-line w czasie rzeczywistym.

Zajęcia prowadzone w ramach szkolenia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi. Metody stosowane podczas szkolenia: wykład, praktyczne przykłady, ćwiczenia, analiza, testy sprawdzające wiedzę.

Szkolenie obejmuje 33 godz. zajęć teoretycznych, 14 godz. zajęć praktycznych oraz 1 godz. walidacji i przerwy.

Od uczestników szkolenia nie jest wymagana wiedza ani uprzednie doświadczenie z zakresu tematyki szkolenia. Liczba uczestników umożliwia wszystkim interaktywną swobodę udziału we wszystkich przewidzianych elementach zajęć.

Usługa nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych przedsiębiorcom lub ich pracownikom, z wyłączeniem kosztów związanych z pokryciem specyficznych potrzeb osób z niepełnosprawnościami, które mogą zostać sfinansowane w ramach projektu w ramach mechanizmu racjonalnych usprawnień, o którym mowa w Wytycznych dotyczących realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027.

Walidacja została opisana w punkcie "Informacje dodatkowe".

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 49

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 49 Blok 1.1 Marketing jako narzędzie komunikowania zrównoważonego rozwoju (2 godz.; test przed rozpoczęciem zajęć 0,5 h, wykłady 1h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	10-03-2026	08:00	10:00	02:00
2 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	10-03-2026	10:00	10:15	00:15
3 z 49 Blok 1.2 Zrównoważony rozwój w strategii komunikacyjnej marki (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	10-03-2026	10:15	12:15	02:00
4 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	10-03-2026	12:15	12:45	00:30
5 z 49 Blok 1.3 Konsument i percepcja przekazów prośrodowiskowych (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	10-03-2026	12:45	14:45	02:00
6 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	10-03-2026	14:45	15:00	00:15
7 z 49 Blok 1.4 Zaufanie, reputacja i odpowiedzialność komunikacyjna (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	10-03-2026	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 49 Blok 2.1 Rzetelność informacji w marketingu (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	11-03-2026	08:00	10:00	02:00
9 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	11-03-2026	10:00	10:15	00:15
10 z 49 Blok 2.2 Język marketingu prośrodowiskowego (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	11-03-2026	10:15	12:15	02:00
11 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	11-03-2026	12:15	12:45	00:30
12 z 49 Blok 2.3 Warstwa wizualna przekazu marketingowego (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	11-03-2026	12:45	14:45	02:00
13 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	11-03-2026	14:45	15:00	00:15
14 z 49 Blok 2.4 Marketing cyfrowy i media społecznościowe (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	11-03-2026	15:00	16:00	01:00
15 z 49 Blok 3.1 Istota i definicja greenwashingu (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	12-03-2026	08:00	10:00	02:00
16 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	12-03-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 49 Blok 3.2 Formy i mechanizmy greenwashingu (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	12-03-2026	10:15	12:15	02:00
18 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	12-03-2026	12:15	12:45	00:30
19 z 49 Blok 3.3 Skutki greenwashingu (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	12-03-2026	12:45	14:45	02:00
20 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	12-03-2026	14:45	15:00	00:15
21 z 49 Blok 3.4 Odpowiedzialność zespołów marketingowych (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	12-03-2026	15:00	16:00	01:00
22 z 49 Blok 4.1 Sygnały ostrzegawcze w przekazach marketingowych (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	17-03-2026	08:00	10:00	02:00
23 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	17-03-2026	10:00	10:15	00:15
24 z 49 Blok 4.2 Certyfikaty, znaki jakości i standardy (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	17-03-2026	10:15	12:15	02:00
25 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	17-03-2026	12:15	12:45	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
26 z 49 Blok 4.3 Nieuczciwe praktyki przedsiębiorców i wykrywanie naruszeń przepisów (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	17-03-2026	12:45	13:45	01:00
27 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	17-03-2026	13:45	14:00	00:15
28 z 49 Blok 4.4 Marketing a odpowiedzialność społeczna (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	17-03-2026	14:00	15:00	01:00
29 z 49 Blok 5.1 Strategie zapobiegania greenwashingowi (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	18-03-2026	08:00	10:00	02:00
30 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	18-03-2026	10:00	10:15	00:15
31 z 49 Blok 5.2 Strategie reagowania na greenwashing (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	18-03-2026	10:15	12:15	02:00
32 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	18-03-2026	12:15	12:45	00:30
33 z 49 Blok 5.3 Długofalowe przeciwdziałanie greenwashingowi (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	18-03-2026	12:45	14:45	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
34 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	18-03-2026	14:45	15:00	00:15
35 z 49 Blok 5.4 Procedury i standardy wewnętrzne (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	18-03-2026	15:00	16:00	01:00
36 z 49 Blok 6.1 Monitoring przekazów marketingowych (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	24-03-2026	08:00	10:00	02:00
37 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	24-03-2026	10:00	10:15	00:15
38 z 49 Blok 6.2 Reagowanie na krytykę i zarzuty (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	24-03-2026	10:15	12:15	02:00
39 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	24-03-2026	12:15	12:45	00:30
40 z 49 Blok 6.3 Analiza komunikacji marketingowej (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	24-03-2026	12:45	14:45	02:00
41 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	24-03-2026	14:45	15:00	00:15
42 z 49 Blok 6.4 Doskonalenie kompetencji i przygotowanie do wdrożeń (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	24-03-2026	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
43 z 49 Blok 7.1 Projektowanie komunikacji marketingowej odpornej na greenwashing (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	25-03-2026	08:00	10:00	02:00
44 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	25-03-2026	10:00	10:15	00:15
45 z 49 Blok 7.2 Integracja komunikacji marketingowej z działaniami operacyjnymi firmy (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	25-03-2026	10:15	12:15	02:00
46 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	25-03-2026	12:15	12:45	00:30
47 z 49 Blok 7.3 Strategia długofalowej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	25-03-2026	12:45	14:45	02:00
48 z 49 Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	25-03-2026	14:45	15:00	00:15
49 z 49 Blok 7.4 Walidacja i podsumowanie szkolenia (1 godz.; test 0,5h, analiza dowodów 0,5h)	-	25-03-2026	15:00	16:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	13 750,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	13 750,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Tymoteusz Mitlewski

Absolwent Uniwersytetu Wiedeńskiego na kierunku komunikacja i stosunki międzyludzkie. Praktyk z ponad 25 letnim doświadczeniem, właściciel agencji PR. Doradca zarządów, twórca zespołów, kreator brandów i kampanii, w tym CSR. Doświadczenie nabywał pracując dla firm - od startupów po korporacje - z kilkudziesięciu branż. Autor wielu koncepcji, kreacji, kampanii i eventów w tym 5-letniego, projektu CSR. Brał udział i prowadził projekty w obszarach tworzenia i modyfikowania struktur organizacyjnych, mapowania i optymalizacji procesów biznesowych, przygotowywania i wdrażania strategii, audytów i analiz efektywnościowych, zarządzania zmianą oraz benchmarkingu. Specjalizuje się w doradztwie biznesowym, optymalizacji komunikacji przedsiębiorstw, budowaniu nowych produktów/brandów, a także integracji technologii cyfrowych i procesów biznesowych w przedsiębiorstwach. Posiada ponad 3 lata doświadczenia w obszarze związanym z komunikacją marketingową w obszarze zrównoważonego rozwoju, doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR oraz ponad 100 h doświadczenia w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

W trakcie szkolenia uczestnicy otrzymają dostęp do materiałów szkoleniowych - prezentacja w formacie .pdf oraz dostęp do materiałów multimedialnych.

Zgodnie z § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień, usługi kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego finansowane w co najmniej 70% ze środków publicznych są zwolnione z podatku VAT.

Usługa nie wynika z obowiązku przeprowadzenia szkoleń na zajmowanym stanowisku pracy wynikających z odrębnych przepisów prawa (np. wstępne i okresowe szkolenia z zakresu BHP, szkolenia okresowe potwierdzające kwalifikacje na zajmowanym stanowisku pracy); nie dotyczy umiejętności lub kompetencji podstawowych tj. (z ang. basic skills: literacy, numeracy, ICT skills); nie jest tożsama z usługą, która została wcześniej sfinansowana w ramach dofinansowania z innych źródeł.

Usługa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu.

Walidacja

odbywa się po zakończeniu szkolenia. Trener prowadzący szkolenie przygotowuje walidację (określa metody oceny, narzędzia), wyjaśnia procedurę walidacji, uruchamia testy oraz zbiera przygotowane prace. Ocenę testu końcowego i prac prowadzi osoba walidująca.

Test teoretyczny

- Metoda służy do sprawdzenia wiedzy i rozumienia kluczowych pojęć, zasad i procesów.
- Dla zweryfikowania wzrostu poziomu wiedzy przeprowadzany jest test na początku szkolenia i po szkoleniu.
- Test jest przygotowany w formie zdalnej (online), w warunkach kontrolowanych (czas, dostęp). Uczestnicy otrzymują link do formularza online.
- Narzędzia: formularz testu, zestaw kluczy odpowiedzi i oceny, rejestr wyników.
- Wynik testu stanowi część oceny końcowej walidacji.
- Próg - 70% prawidłowych odpowiedzi.

Analiza dowodów i deklaracji

- zadanie praktyczne - studium przypadku

- Metoda polega na zbadaniu wytworów danej osoby pod kątem tego, w jakim stopniu mogą one świadczyć o osiągnięciu przez kandydata wybranych efektów uczenia się.
- Uczestnik przedkłada w formie pisemnej własne wypełnione zadanie praktyczne - studium przypadku.
- Osoba walidująca analizuje dostarczone dokumenty z wykorzystaniem przygotowanego formularza oceny i klucza, który przyporządkowuje konkretne wytwory do kryteriów weryfikacji.
- Raport z analizy dowodów; decyzja końcowa.

Wynik końcowy: połączenie wyniku testu + oceny dokumentów → decyzja o pozytywnym potwierdzeniu efektów.

W razie niezaliczenia jednej z metod – kandydat może zostać skierowany do poprawki testu lub uzupełnienia dokumentów.

Dokumentacja potwierdzająca udział i wynik walidacji - certyfikat.

Informacje dodatkowe

Warunkiem uzyskania zaświadczenia o ukończeniu szkolenia jest obecność na min. 80% czasu trwania szkolenia i uzyskanie pozytywnego wyniku walidacji z testu (70% prawidłowych odpowiedzi) oraz pozytywnego wyniku walidacji w postaci analizy dowodów i deklaracji (zadanie praktyczne - studium przypadku).

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.

Firma szkoleniowa nie jest podmiotem pełniącym funkcję Beneficjenta lub partnera w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS.

Firma nie jest podmiotem pełniącym funkcję Beneficjenta lub partnera w danym projekcie albo przez podmiot powiązany z Beneficjentem lub partnerem kapitałowo lub osobowo.

Warunki techniczne

1) Platforma (rodzaj komunikatora): WEBEX (<http://webex.com.video-conferencing>), platforma obsługiwana jest przez dedykowaną aplikację lub przeglądarkę. Każdy uczestnik przed rozpoczęciem usługi otrzyma pomoc techniczną w zakresie obsługi platformy Webex.

2) Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego: 20/20 Mbit – zalecane do płynnej transmisji;

3) Minimalne wymagania sprzętowe: urządzenie (komputer, tablet, smartphone itp.) z dostępem do internetu. Rekomenduje się dostęp do kamery i mikrofonu.

4) Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: czytnik plików w formacie .pdf oraz .doc(x);

5) Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line: ważny przez okres trwania szkolenia. Link do szkolenia zostanie wysłany użytkownik na wskazane adresy e-mail.

Podstawą do rozliczenia usługi jest przedstawienie wygenerowanego z systemu raportu, umożliwiającego weryfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Miejsce prowadzenia usługi przez trenera i prowadzenia walidacji: ul. Karkonoska 10, 53-015 Wrocław.

Kontakt



Alicja Koszewar

E-mail a.koszewar@homoperfectus.org

Telefon (+48) 500 244 644