



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

11 500,00 PLN brutto
 11 500,00 PLN netto
 250,00 PLN brutto/h
 250,00 PLN netto/h
 237,04 PLN cena rynkowa ⓘ

"FOUR J" Sp. z o.o.

Numer usługi 2026/03/31/13688/3450634

★★★★★ 4,7 / 5

10 814 ocen

📍 Bydgoszcz

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 46:00 h

📅 25.07.2026 do 30.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Ekologia i rolnictwo / Ochrona środowiska

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób odpowiedzialnych za komunikację w przedsiębiorstwie, w szczególności dla pracowników działów marketingu, osób współpracujących z klientami i kontrahentami, menadżerów, właścicieli i kadry kierowniczej. Ponadto kompetencja będzie przydatna dla osób zajmujących się zakupami /zamówieniami w przedsiębiorstwie.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

25

Data zakończenia rekrutacji

24-07-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

46

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w wiedzę i praktyczne umiejętności niezbędne do: odpowiedzialnego i zgodnego z prawem komunikowania działań w zakresie zrównoważonego rozwoju,

identyfikowania przejawów greenwashingu w komunikacji marketingowej, analizowania rzetelności komunikatów marketingowych i zgodności informacji o produktach i usługach z rzeczywistością.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje uwarunkowania prawne dotyczące komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Omawia regulacje krajowe i unijne w kontekście odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	Omawia krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu	Test teoretyczny
	Opisuje obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
		Test teoretyczny
Opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny	
Charakteryzuje zjawisko greenwashingu	Wyjaśnia definicję greenwashingu	Test teoretyczny
	Omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing)	Test teoretyczny
		Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu	Test teoretyczny
	Podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż	Analiza dowodów i deklaracji
		Analiza dowodów i deklaracji
	Wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu	Test teoretyczny
	Omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów	Test teoretyczny
		Test teoretyczny
	Opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne)	Test teoretyczny Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do prośrodowiskowych aspektów produktów i usług</p>	<p>Wymienia typowe sformułowania stosowane w języku greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Wskazuje w komunikatach marketingowych (np. w reklamach, na etykietach) hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p> <p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
	<p>Opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
		<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
	<p>Rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
<p>Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami zawartymi w komunikacji marketingowej</p>	<p>Wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową</p> <p>Identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p> <p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
		<p>Wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności</p>

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	Test teoretyczny
	wymienia przykładowe oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zintegrowanego rozwoju	Test teoretyczny
	omawia kryteria świadczące o wiarygodności certyfikatów i znaków jakości w zakresie zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	wymienia certyfikaty i znaki jakości, które nie spełniają kryteriów świadczących o wiarygodności certyfikatu lub znaku jakości	Test teoretyczny
	opisuje sposoby weryfikowania wiarygodności oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
Analizuje działania podmiotu w kontekście postępowania zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju	podaje przykłady działań zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	wskazuje przykłady działań, które mogą świadczyć o stosowaniu przez podmiot greenwashingu	Test teoretyczny
	wymienia narzędzia do wykrywania działań o charakterze greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje strategie unikania greenwashingu	opisuje metody minimalizowania ryzyka występowania greenwashingu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa	Test teoretyczny
	opisuje przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	omawia standardy i dobre praktyki dotyczące odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	wymienia działania i mechanizmy sprzyjające budowaniu odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Analiza dowodów i deklaracji
	określa kryteria wyboru dostawców, wykonawców, usługodawców w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji
	określa cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji
Realizuje działania z zakresu przeciwdziałania greenwashingowi	rozpoznaje sygnały ostrzegawcze, nieuczciwe praktyki przedsiębiorców i naruszenia przepisów w zakresie greenwashingu	Test teoretyczny
	wymienia instytucje, które przyjmują zgłoszenia w zakresie stosowania greenwashingu	Test teoretyczny
	opisuje rolę Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz innych instytucji w przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom o charakterze greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji
	opisuje procedury zgłaszania działań mających znamiona greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

DZIEŃ 1 (8 godzin)

1. Rozpoznanie wstępne i wprowadzenie

- Diagnoza poziomu wiedzy i doświadczeń uczestników.
- Przedstawienie celów, metod pracy i struktury szkolenia.
- Integracja grupy, ustalenie zasad i oczekiwań.

2. Regulacje i kontekst prawny

- Przegląd kluczowych regulacji krajowych dotyczących komunikacji i informacji.
- Przepisy UE dotyczące przekazu ekologicznego i ochrony konsumenta.
- Omówienie nadchodzących zmian w prawie związanych z komunikacją środowiskową.

3. Etyka i odpowiedzialność komunikacyjna

- Idea odpowiedzialnej komunikacji: definicje i zasady.
- Przykłady dobrych i złych praktyk.
- Analiza błędów i nadużyć – studium przypadków.

4. Ćwiczenia praktyczne

- Praca z tekstami prawnymi i regulacyjnymi.
- Rozpoznawanie ryzyka i niejasności w przekazach.
- Dyskusja nad problemami etycznymi w komunikacji marki.

DZIEŃ 2 (8 godzin)

1. Podstawy greenwashingu

- Czym jest greenwashing – analiza pojęcia i jego funkcji w marketingu.
- Wyjaśnienie różnych odmian greenwashingu: greencrowding, greenhushing, greenlighting, greenlabelling, greenshifting itd.

2. Greenwashing w 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 i uspoźnianie 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 (6 godzin)

1. Pogłębiona analiza ryzyka

- Rozpoznawanie słabych miejsc w systemie komunikacji marki.
- Ocena działań konkurencji i benchmarków branżowych.

2. Studium porównawcze komunikacji

- Analiza odrębności między sektorami.
- Identyfikacja najlepszych praktyk w różnych branżach.

3. Monitorowanie komunikacji

- Narzędzia kontroli jakości przekazów.
- Systemy raportowania i reagowania na błędy.

4. Tworzenie wytycznych i procedur

- Opracowanie checklist i instrukcji wewnętrznych.
- Projektowanie długoterminowej strategii odpowiedzialnej komunikacji.

5. Warsztat: przekształcanie treści

- Edytowanie marketingu tak, aby stał się w pełni zgodny z etyką i regulacjami.
- Tworzenie przejrzystych opisów i haseł.

6. Walidacja

- Test wiedzy i umiejętności.
- Zadanie praktyczne: analiza i korekta wybranego komunikatu - studium przypadku w formie pisemnej.

Całkowita liczba godzin (46 godzin).

W pierwsze 5 dni 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), 6 - tego dnia od 08:30 - 14:30 w tym 1 przerwa 15 min i 1 przerwa 30 min (wliczone w czas szkolenia).

Szkolenie odbywa się w godzinach zegarowych (1 godzina szkolenia = 60 minut)

Sala szkoleniowa wyposażona jest w:

- sala wykładowa spełniająca standardy jakości w zakresie realizacji usług szkoleniowych, dostosowana do liczby uczestników usługi ,
- sprzęt komputerowy dla trenera z dostępem do internetu – oprogramowanie umożliwiające prezentowanie treści oraz komunikację zdalną,
- rzutnik, ekran ,
- materiały pomocnicze: flipchart, flamastry, karteczki samoprzylepne lub tablice interaktywne typu Miro,
- materiały dla uczestników usługi,
- dostęp do aktów prawnych w zakresie zielonej transformacji.

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)
 - Część zamknięta – 20 pytań jednokrotnego wyboru
 - Część opisowa (otwarta) – 3 pytania problemowe
- studium przypadku (w formie pisemnej).

Kryteria zaliczenia testu:

- • min. 60% punktów z części zamkniętej,
- spełnienie wszystkich wymaganych elementów odpowiedzi w części opisowej:
 - poprawna identyfikacja problemu, logiczne uzasadnienie, spójne wnioski.

2. Studium przypadku

Uczestnik analizuje opis rzeczywistej lub modelowej sytuacji biznesowej zawierającej elementy komunikacji środowiskowej.

Zakres oceny:

- • identyfikacja potencjalnych działań o charakterze greenwashingu,
- ocena zgodności komunikacji z regulacjami i zasadami zrównoważonego rozwoju,
- zaproponowanie działań naprawczych i rekomendacji.

Kryteria zaliczenia studium przypadku:

- • poprawne rozpoznanie minimum 2 sygnałów ostrzegawczych,
- logiczne i merytoryczne uzasadnienie oceny,
- sformułowanie realnych i zgodnych z przepisami rekomendacji.

Czas trwania walidacji

- • Test teoretyczny: 30 minut
- Studium przypadku: 30 minut

Sposób dokumentowania wyników

- • arkusz oceny testu (część zamknięta i opisowa),
- arkusz oceny studium przypadku,
- protokół z walidacji,

Szkolenie odbędzie się w sali nr 1

Warunki organizacyjne

W zależności od ilości uczestników , zajęcia praktyczne będą odbywały się w podziale na pięcioosobowe grupy.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 44

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 44 Rozpoznanie wstępne i wprowadzenie	Marta Szarogroder	25-07-2026	08:30	10:00	01:30
2 z 44 przerwa	Marta Szarogroder	25-07-2026	10:00	10:15	00:15
3 z 44 Regulacje i kontekst prawny	Marta Szarogroder	25-07-2026	10:15	12:30	02:15
4 z 44 Przerwa obiadowa	Marta Szarogroder	25-07-2026	12:30	13:00	00:30
5 z 44 Etyka odpowiedzialność komunikacyjna	Marta Szarogroder	25-07-2026	13:00	14:30	01:30
6 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	25-07-2026	14:30	14:45	00:15
7 z 44 Ćwiczenia praktyczne	Marta Szarogroder	25-07-2026	14:45	16:30	01:45
8 z 44 Podstawy greenwashingu	Marta Szarogroder	26-07-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	26-07-2026	10:00	10:15	00:15
10 z 44 Greenwashing w branżach well-being, i rozwoju osobistego	Marta Szarogroder	26-07-2026	10:15	12:30	02:15
11 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	26-07-2026	12:30	13:00	00:30
12 z 44 Konsekwencje greenwashingu	Marta Szarogroder	26-07-2026	13:00	14:30	01:30
13 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	26-07-2026	14:30	14:45	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 44 Warsztaty analityczne	Marta Szarogroder	26-07-2026	14:45	16:30	01:45
15 z 44 Wprowadzenie do analizy komunikacji	Marta Szarogroder	27-07-2026	08:30	10:00	01:30
16 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	27-07-2026	10:00	10:15	00:15
17 z 44 Greenwashing w komunikatach marketingowych, analiza treści reklamowych	Marta Szarogroder	27-07-2026	10:15	12:30	02:15
18 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	27-07-2026	12:30	13:00	00:30
19 z 44 Narzędzia oceny ryzyka komunikacyjnego	Marta Szarogroder	27-07-2026	13:00	14:30	01:30
20 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	27-07-2026	14:30	14:45	00:15
21 z 44 Warsztaty	Marta Szarogroder	27-07-2026	14:45	16:30	01:45
22 z 44 Systemy certyfikacji	Marta Szarogroder	28-07-2026	08:30	10:00	01:30
23 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	28-07-2026	10:00	10:15	00:15
24 z 44 Wiarygodność oznaczeń	Marta Szarogroder	28-07-2026	10:15	12:30	02:15
25 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	28-07-2026	12:30	13:00	00:30
26 z 44 Analiza rzeczywistych certyfikatów	Marta Szarogroder	28-07-2026	13:00	14:30	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
27 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	28-07-2026	14:30	14:45	00:15
28 z 44 Warsztat: Weryfikacja przekazów własnych	Marta Szarogroder	28-07-2026	14:45	16:30	01:45
29 z 44 Standardy dobrej komunikacji	Marta Szarogroder	29-07-2026	08:30	10:00	01:30
30 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	29-07-2026	10:00	10:15	00:15
31 z 44 Techniki zapobiegania greenwashingowi	Marta Szarogroder	29-07-2026	10:15	12:30	02:15
32 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	29-07-2026	12:30	13:00	00:30
33 z 44 Warsztat: tworzenie strategii komunikacji	Marta Szarogroder	29-07-2026	13:00	14:30	01:30
34 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	29-07-2026	14:30	14:45	00:15
35 z 44 Prezentacja i omówienie rezultatów	Marta Szarogroder	29-07-2026	14:45	16:30	01:45
36 z 44 Pogłębiona analiza ryzyka	Marta Szarogroder	30-07-2026	08:30	09:30	01:00
37 z 44 Studium porównawcze komunikacji	Marta Szarogroder	30-07-2026	09:30	10:00	00:30
38 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	30-07-2026	10:00	10:15	00:15
39 z 44 monitorowanie komunikacji	Marta Szarogroder	30-07-2026	10:15	11:00	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
40 z 44 tworzenie wytycznych i procedur	Marta Szarogroder	30-07-2026	11:00	12:30	01:30
41 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	30-07-2026	12:30	13:00	00:30
42 z 44 Warsztat :przekształcanie treści	Marta Szarogroder	30-07-2026	13:00	13:30	00:30
43 z 44 walidacja - test teoretyczny	-	30-07-2026	13:30	14:00	00:30
44 z 44 walidacja - studium przypadku	-	30-07-2026	14:00	14:30	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	11 500,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 113 ust. 1 ustawy o VAT ze względu na wartość sprzedaży	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	11 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marta Szarogroder

Posiada kompetencje spełniające wymogi określone w § 6 rozporządzenia Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023r w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe oraz posiada: -doświadczenie w zakresie tematyki usług minimum 3 lata, ponad 100h w wymienionych razem firmach.

Posiada doświadczenie w obszarze komunikacji marketingowej, public relations oraz zarządzania zasobami ludzkimi, w tym w zakresie odpowiedzialnej komunikacji organizacyjnej i zrównoważonego rozwoju. W 2019r. przeprowadziła szkolenie dla firmy Basen i Sauna Sp. z o. o, z przygotowania organizacji do zmian wynikających z wdrażania rozwiązań z zakresu zielonej transformacji oraz odpowiedzialnego komunikowania o zrównoważonym rozwoju, w tym identyfikowania i przeciwdziałania greenwashingowi. W 2023 r. realizowała usługi rozwojowe dla: Katarzyna Gapińska K.G. Styl Fryzjerstwo Damsko-Męskie, Natalia Bernat Hair & Make Up, Salon Fryzjerski Męski Dorota Traut, Dla Pań I Panów Fryzjerstwo I Kosmetyka Agnieszka Tomczyk, Zakład Fryzjerski Damsko-Męski Mariola Serafińska, Emilia Maliszewska Studio Fryzjerskie "Empire", Zakład Fryzjerski Damski - Marzena Szymczak, Salon Fryzjerski Kurzyńska Iwona, Pasja Fryzjerska Ewa Gołuńska, Studio Fryzur Przemysław Czechorowski, Allurr Studio Fryzjerskie, Salon Fryzjerski "Magic Trick" Paulina Kalinowska, Studio Fryzjerskie Vivi Wioleta Kozak. W 2025r. dla Vancol Inwestycje Sp. z o. o. W 2026 r. ukończyła: Odpowiedzialne komunikowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

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

Uczestnicy na szkoleniu otrzymają komplet materiałów szkoleniowych 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 branżowe),
- **Materiały podsumowujące**, w tym test samooceny wiedzy, ankieta ewaluacyjna oraz zestawienie dobrych praktyk komunikacji marketingowej w duchu zrównoważonego rozwoju.

Usługa realizowana jest zgodnie z wymogami Rozporządzenia Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe (Dz.U. 2023 poz. 1686) oraz minimalnymi wymaganiami określonymi w rekomendacji dla kompetencji:

„Odpowiedzialne komunikowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju, w tym identyfikowanie greenwashingu i przeciwdziałanie greenwashingowi”

Informacje dodatkowe

Szkolenie ma charakter praktyczno-warsztatowy. 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 – 20 pytań jednokrotnego wyboru

Część II: studium przypadku w formie pisemnej

Pozytywny wynik walidacji stanowi podstawę do wydania **zaświadczenia potwierdzającego ukończenia szkół**.

Obecność uczestników na szkoleniu jest potwierdzona listą obecności.

Adres

ul. Chełmżyńska 12

85-459 Bydgoszcz

woj. kujawsko-pomorskie

Budynek 2-piętrowy w całości

Miejscowość Bydgoszcz, osiedle: Czyżkówko

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Justyna Gross

E-mail justyna.gross@zaremba-academy.com

Telefon (+48) 665 309 912