



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
239,58 PLN brutto/h
239,58 PLN netto/h
237,04 PLN cena rynkowa ⓘ

HEDVIG SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★☆ 4,4 / 5
27 ocen

Numer usługi 2026/03/31/206556/3451890

📍 Góra Kalwaria

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🕒 48:00 h

📅 25.05.2026 do 03.06.2026

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, 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

24-05-2026

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi

48

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

Przygotowanie osób do samodzielnego analizowania przekazów marketingowych pod kątem rzetelności informacji dotyczących środowiskowych aspektów produktów i usług, identyfikowania sygnałów ostrzegawczych oraz nieuczciwych praktyk przedsiębiorców, wykrywania naruszeń przepisów w zakr. greenwashingu, a także planowania i realizowania działań oraz strategii przeciwdziałania greenwashingowi w przedsiębiorstwie, zgodnie z obowiązującymi regulacjami prawnymi, standardami rynkowymi, w tym roli UOKiK.

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
Charakteryzuje zjawisko greenwashingu	opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	Wyjaśnia definicję greenwashingu	Test teoretyczny
	Omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing)	Test teoretyczny
	Wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu	Test teoretyczny
	Podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż	Analiza dowodów i deklaracji
	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 (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>Opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu</p> <p>Rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem</p> <p>Wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p> <p>Analiza dowodów i deklaracji</p> <p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
	<p>Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami zawartymi w komunikacji marketingowej</p>	<p>Identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem</p>
<p>Wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności</p>		<p>Test teoretyczny</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
		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 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 rozdzielenie 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 wybranych branżach

- 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 uspojnianie 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 (8 godzin)

1. Pogłębiona analiza ryzyka

- Rozpoznawanie słabych miejsc w systemie komunikacji marki.
- Ocena działań konkurencji i benchmarków branżowych.
- Sposób realizacji zajęć zdalnych w czasie rzeczywistym: rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu

2. Studium porównawcze komunikacji

- Analiza odrębności między sektorami.
- Identyfikacja najlepszych praktyk w różnych branżach.
- Sposób realizacji zajęć zdalnych w czasie rzeczywistym: rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu.

3. Monitorowanie komunikacji

- Narzędzia kontroli jakości przekazów.
- Systemy raportowania i reagowania na błędy.
- Sposób realizacji zajęć zdalnych w czasie rzeczywistym: rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu

4. Tworzenie wytycznych i procedur

- Opracowanie checklist i instrukcji wewnętrznych.
- Projektowanie długoterminowej strategii odpowiedzialnej komunikacji.
- Sposób realizacji zajęć zdalnych w czasie rzeczywistym: rozmowa na żywo, ćwiczenie praktyczne

5. Warsztat: przekształcanie treści

- Edytowanie marketingu tak, aby stał się w pełni zgodny z etyką i regulacjami.
- Tworzenie przejrzystych opisów i haseł.
- Sposób realizacji zajęć zdalnych w czasie rzeczywistym: rozmowa na żywo, ćwiczenie praktyczne

6. Walidacja

- Test teoretyczny w formie pisemnej.
- Zadanie praktyczne - studium przypadku w formie pisemnej
- Sposób realizacji zajęć zdalnych w czasie rzeczywistym: testy, ćwiczenia

Całkowita liczba godzin: 48 godzin, w tym:

- zajęcia praktyczne: 29 godzin
- zajęcia teoretyczne: 11 godzin
- czas przeznaczony na walidację wynosi: 2 godziny.
- czas przeznaczony na przerwy wynosi: 6 h

W trakcie realizacji usługi wykorzystywane są metody pozwalające na rozwój umiejętności uczestników, w szczególności case study (analizy przypadków) oraz ćwiczenia do samodzielnego i grupowego wykonania, co powoduje, że zajęcia o charakterze praktycznym stanowią dominującą część programu szkolenia.

Za wyjątkiem Walidacji, wszystkie pozostałe zajęcia odbywają się stacjonarnie w godz. 8:00–16:00, w tym 2 przerwy po 15 min i 1 przerwa 30 min (wliczone w czas szkolenia) - łącznie 40 godzin.

Ostatniego dnia tj. 21.05.2026 zajęcia w godzinach 8.00-14.00 odbywają się stacjonarnie, natomiast Walidacja odbywa się zdalnie w czasie rzeczywistym.

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

Sala szkoleniowa

Spełnia standardy jakości w zakresie realizacji usługi szkoleniowej, dostosowana jest do liczby uczestników usługi.

Wyposażona jest w:

- 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.

W trakcie realizacji części warsztatowej uczestnicy będą dzieleni na mniejsze grupy robocze, dostosowane liczebnie do wielkości grupy szkoleniowej, w celu zapewnienia efektywnej pracy i możliwości indywidualnego zaangażowania. Każdy uczestnik będzie miał zapewnione stanowisko pracy wyposażone w dostęp do materiałów szkoleniowych oraz narzędzi niezbędnych do realizacji ćwiczeń praktycznych.

Walidacja

Walidacja wliczona jest w czas i cenę szkolenia.

Usługa kończy się 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 jest przeprowadzana po zakończeniu realizacji usługi szkoleniowej i stanowi odrębny proces od procesu kształcenia. Walidacja zostanie przeprowadzona w formule zdalnej w czasie rzeczywistym.

Proces walidacji obejmuje:

- 1) test teoretyczny w formie pisemnej
- 2) zadanie praktyczne – studium przypadku w formie pisemnej.

Test teoretyczny (w formie pisemnej)

- Część zamknięta – 15 pytań jednokrotnego wyboru
- Część opisowa (otwarta) – 3 pytania problemowe

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,
- arkusz oceny studium przypadku,
- protokół z walidacji.

Ocena walidacji dokonywana będzie na podstawie analizy przygotowanych prac uczestników, zgodnie z przyjętymi kryteriami walidacji.

Test teoretyczny uznaje się za zaliczony po uzyskaniu co najmniej 60% poprawnych odpowiedzi (zgodnie z kluczem odpowiedzi).

Zadanie praktyczne oceniane jest w systemie zaliczone/niezaliczone na podstawie spełnienia kryteriów merytorycznych.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 47

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 47 Rozpoznanie wstępne i wprowadzenie	Janusz Wardak	25-05-2026	08:00	09:30	01:30	Tak
2 z 47 Przerwa	Janusz Wardak	25-05-2026	09:30	09:45	00:15	Tak
3 z 47 Regulacje i kontekst prawny	Janusz Wardak	25-05-2026	09:45	12:00	02:15	Tak
4 z 47 Przerwa obiadowa	Janusz Wardak	25-05-2026	12:00	12:30	00:30	Tak
5 z 47 Etyka i odpowiedzialność komunikacyjna	Janusz Wardak	25-05-2026	12:30	14:00	01:30	Tak
6 z 47 Przerwa	Janusz Wardak	25-05-2026	14:00	14:15	00:15	Tak
7 z 47 Ćwiczenia praktyczne	Janusz Wardak	25-05-2026	14:15	16:00	01:45	Tak
8 z 47 Podstawy greenwashingu	Janusz Wardak	26-05-2026	08:00	09:30	01:30	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
9 z 47 Przerwa	Janusz Wardak	26-05-2026	09:30	09:45	00:15	Tak
10 z 47 Greenwashing w przykładowych branżach	Janusz Wardak	26-05-2026	09:45	12:00	02:15	Tak
11 z 47 Przerwa	Janusz Wardak	26-05-2026	12:00	12:30	00:30	Tak
12 z 47 Konsekwencje greenwashingu	Janusz Wardak	26-05-2026	12:30	14:00	01:30	Tak
13 z 47 Przerwa	Janusz Wardak	26-05-2026	14:00	14:15	00:15	Tak
14 z 47 Warsztaty analityczne	Janusz Wardak	26-05-2026	14:15	16:00	01:45	Tak
15 z 47 Wprowadzenie do analizy komunikacji	Maciej Kaniowski	27-05-2026	08:00	09:30	01:30	Tak
16 z 47 Przerwa	Maciej Kaniowski	27-05-2026	09:30	09:45	00:15	Tak
17 z 47 Greenwashing w komunikatach marketingowych – analiza treści	Maciej Kaniowski	27-05-2026	09:45	12:00	02:15	Tak
18 z 47 Przerwa	Maciej Kaniowski	27-05-2026	12:00	12:30	00:30	Tak
19 z 47 Narzędzia oceny ryzyka komunikacyjnego	Maciej Kaniowski	27-05-2026	12:30	14:00	01:30	Tak
20 z 47 Przerwa	Maciej Kaniowski	27-05-2026	14:00	14:15	00:15	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
21 z 47 Warsztaty	Maciej Kaniowski	27-05-2026	14:15	16:00	01:45	Tak
22 z 47 Systemy certyfikacji	Maciej Kaniowski	01-06-2026	08:00	09:30	01:30	Tak
23 z 47 Przerwa	Maciej Kaniowski	01-06-2026	09:30	09:45	00:15	Tak
24 z 47 Wiarygodność oznaczeń	Maciej Kaniowski	01-06-2026	09:45	12:00	02:15	Tak
25 z 47 Przerwa	Maciej Kaniowski	01-06-2026	12:00	12:30	00:30	Tak
26 z 47 Analiza rzeczywistych certyfikatów	Maciej Kaniowski	01-06-2026	12:30	14:00	01:30	Tak
27 z 47 Przerwa	Maciej Kaniowski	01-06-2026	14:00	14:15	00:15	Tak
28 z 47 Warsztat: weryfikacja przekazów własnych	Maciej Kaniowski	01-06-2026	14:15	16:00	01:45	Tak
29 z 47 Standardy dobrej komunikacji	Radosław Koszewski	02-06-2026	08:00	09:00	01:00	Tak
30 z 47 Metody i techniki unikania greenwashing u w codziennej komunikacji	Radosław Koszewski	02-06-2026	09:00	09:30	00:30	Tak
31 z 47 Przerwa	Radosław Koszewski	02-06-2026	09:30	09:45	00:15	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
32 z 47 Techniki zapobiegania greenwashingowi	Radosław Koszewski	02-06-2026	09:45	12:00	02:15	Tak
33 z 47 Przerwa	Radosław Koszewski	02-06-2026	12:00	12:30	00:30	Tak
34 z 47 Warsztat: tworzenie strategii komunikacji	Radosław Koszewski	02-06-2026	12:30	14:00	01:30	Tak
35 z 47 Przerwa	Radosław Koszewski	02-06-2026	14:00	14:15	00:15	Tak
36 z 47 Prezentacja i omówienie rezultatów	Radosław Koszewski	02-06-2026	14:15	16:00	01:45	Tak
37 z 47 Pogłębiona analiza ryzyka	Radosław Koszewski	03-06-2026	08:00	08:30	00:30	Tak
38 z 47 Studium porównawcze komunikacji	Radosław Koszewski	03-06-2026	08:30	09:15	00:45	Tak
39 z 47 Przerwa	Radosław Koszewski	03-06-2026	09:15	09:30	00:15	Tak
40 z 47 Monitorowanie komunikacji	Radosław Koszewski	03-06-2026	09:30	10:45	01:15	Tak
41 z 47 Tworzenie wytycznych i procedur	Radosław Koszewski	03-06-2026	10:45	12:00	01:15	Tak
42 z 47 Przerwa	Radosław Koszewski	03-06-2026	12:00	12:30	00:30	Tak
43 z 47 Warsztat: przekształcanie treści	Radosław Koszewski	03-06-2026	12:30	13:45	01:15	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
44 z 47 Przerwa	Radosław Koszewski	03-06-2026	13:45	14:00	00:15	Tak
45 z 47 Walidacja test teoretyczny - testy	-	03-06-2026	14:00	14:30	00:30	Nie
46 z 47 Walidacja zadanie praktyczne – studium przypadku - ćwiczenia	-	03-06-2026	14:30	15:00	00:30	Nie
47 z 47 Walidacja-ocena	-	03-06-2026	15:00	16:00	01:00	Nie

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	239,58 PLN
Koszt osobogodziny netto	239,58 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

Janusz Wardak

Trener posiada przygotowanie trenerskie (Szkoła Trenerów Biznesu Grupy SET) oraz wykształcenie menedżerskie (studia podyplomowe SGH). Posiada ponad 10-letnie doświadczenie praktyczne w obszarze komunikacji marketingowej związanej ze zrównoważonym rozwojem, obejmujące analizę

przekazów środowiskowych przedsiębiorstw, interpretację komunikatów ESG oraz identyfikowanie ryzyk komunikacyjnych, w tym greenwashingu.

Zrealizował ponad 300 godzin usług szkoleniowych dla przedsiębiorstw, w tym ponad 100 godzin w zakresie odpowiedzialnej komunikacji, ekologii i zrównoważonego rozwoju (m.in. KSB Polska, DECCO S.A., Aesculap Chifa – B. Braun, IBM BTO, Pfizer).

Doświadczenie obejmuje prowadzenie szkoleń z analizy komunikatów marketingowych pod kątem rzetelności informacji środowiskowej oraz przygotowywania komunikacji zgodnej z zasadami transparentności. Kompetencje spełniają wymagania §6 rozporządzenia MFiPR z dnia 28.07.2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe.



2 z 3

Radosław Koszewski

Prof. Radosław Koszewski jest członkiem Prezydium Rady Głównej Nauki i Szkolnictwa Wyższego, kierownikiem Zakładu Prawa gospodarczego i Polityki Gospodarczej Politechniki Warszawskiej. W przeszłości był asystentem w Katedrze Marketingu Central Connecticut State University (USA), prowadził zajęcia w Rotterdam School of Management, Erasmus University (Holandia), dyrektorem IESE Business School, University of Navarra. Od ponad 3 lat na Politechnice Warszawskiej prowadzi zajęcia z Marketingu, Innowacyjności przedsiębiorstw, Ekonomii, Zarządzania operacjami oraz seminaria doktoranckie, realizując łącznie ok. 180 godzin dydaktycznych. W obszarze komunikacji marketingowej i zrównoważonego rozwoju prowadzi zajęcia w wymiarze min. 30 godzin dydaktycznych w semestrze. Od 1996 r. zrealizował ponad 300 dni szkoleniowych i seminariów dla kadry menedżerskiej oraz instytucji publicznych.



3 z 3

Maciej Kaniowski

Maciej Kaniowski jest menedżerem wyższego szczebla i trenerem biznesu z ponad 20-letnim doświadczeniem w zarządzaniu operacyjnym, transformacji organizacyjnej oraz budowaniu efektywności biznesowej w międzynarodowych organizacjach. Pełnił funkcje zarządcze m.in. w AVON jako Chief Operating Officer i Chief Supply Chain Officer, a także w Bakalland oraz Mars Inc., odpowiadając za operacje o dużej skali oraz zarządzanie zmianą i komunikacją w organizacjach. Posiada praktyczne doświadczenie w obszarze komunikacji organizacyjnej, zarządzania zmianą oraz budowania odpowiedzialnych i transparentnych modeli operacyjnych, w tym w kontekście zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności biznesu. W swojej działalności koncentruje się m.in. na wspieraniu organizacji w zakresie spójnej i wiarygodnej komunikacji działań oraz ograniczania ryzyk związanych z niespójnym lub wprowadzającym w błąd przekazem (greenwashing). Jako trener i prelegent realizuje usługi rozwojowe w formie warsztatów, mentoringu i wystąpień eksperckich, prowadząc m.in. zajęcia w ramach programów rozwojowych London Business School oraz Queen Hedvig Academy. W latach 2013–2026 zrealizował ponad 30 wystąpień i warsztatów dla kadry menedżerskiej, obejmujących tematykę transformacji organizacyjnej, komunikacji oraz odpowiedzialnego zarządzania.

Posiada doświadczenie w realizacji usług rozwojowych przekraczające 100 godz.. Spełnia wymagania określone w §6 rozporządzenia Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28.07.2023

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy na szkoleniu otrzymają komplet materiałów szkoleniowych obejmujący:

- **Skrypt szkoleniowy** zawierający między innymi: instrukcję pracy z 'case study' wyjaśniającą pracę własną przed zajęciami, pracę w grupach oraz sesję plenarną z udziałem profesora; podstawowe pojęcia, omówienie regulacji krajowych i unijnych, opis form

greenwashingu oraz przykłady odpowiedzialnej komunikacji.

- **Case study** (po polsku: *studium przypadku*) szczegółowy opis i analiza konkretnego, rzeczywistego przypadku, który służy do nauki, wyciągania wniosków lub pokazania dobrych (i złych) praktyk.
- **Zestaw ćwiczeń i kart pracy**, w tym: analiza rzeczywistych komunikatów marketingowych, karty do oceny zgodności produktów z przekazem marketingowym.
- **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

Informacje dodatkowe

Szkolenie praktyczno-warsztatowe: case study i ćwiczenia na realnych komunikatach. Rozpoznawanie greenwashingu i rzetelna komunikacja.

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.

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.

Obecność uczestników będzie rejestrowana – prowadzona będzie lista obecności; w przypadku usług zdalnych potwierdzeniem mogą być raporty z logowania.

Po zakończeniu udziału w szkoleniu z min. 80% obecnością oraz pozytywnej walidacji, uczestnik otrzyma certyfikat i zaświadczenie o ukończeniu usługi.

Warunki techniczne

W sytuacji, gdy usługa realizowana jest w formie zdalnej, w czasie rzeczywistym, z wykorzystaniem platformy komunikacji elektronicznej Zoom, warunkiem udziału w usłudze jest posiadanie przez uczestnika urządzenia końcowego (komputer lub urządzenie mobilne) wyposażonego w kamerę internetową oraz mikrofon, a także zapewnienie stabilnego dostępu do sieci Internet o minimalnej przepustowości 2 Mb/s.

Dopuszcza się również udział uczestnika za pośrednictwem grupowego punktu dostępowego, tj. wspólnego stanowiska komputerowego zlokalizowanego w jednej sali, umożliwiającego jednoczesny udział kilku uczestników w zajęciach prowadzonych online w czasie rzeczywistym.

Uczestnik zobowiązany jest do korzystania z aktualnej wersji przeglądarki internetowej lub aplikacji Zoom, spełniającej wymagania techniczne umożliwiające udział w zajęciach online. Odpowiedzialność za spełnienie powyższych warunków technicznych leży po stronie uczestnika lub podmiotu zapewniającego grupowy punkt dostępowy i jest niezbędna do prawidłowej realizacji usługi.

W przypadku korzystania z grupowego punktu dostępowego potwierdzenie udziału uczestników w usłudze odbywa się zgodnie z zasadami dokumentowania obecności przewidzianymi dla udziału w jednej lokalizacji, umożliwiającymi identyfikację uczestnika oraz czasu jego uczestnictwa w zajęciach.

Adres

ul. Towarowa 8
05-530 Góra Kalwaria
woj. mazowieckie

ul. Towarowa 8
05-530 Góra Kalwaria

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



WIOLETTA KOSZEWSKA

E-mail wkoszewska@queenhedvig.eu

Telefon (+48) 503 180 516