



NEXTDAY spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

★★★★★ 4,8 / 5
2 991 ocen

Zrównoważony rozwój i zielona transformacja MŚP: strategie ESG, efektywność zasobowa i ich wdrażanie przy użyciu marketingu cyfrowego. Szkolenie kończące się egzaminem (kwalifikacje).

Numer usługi 2026/04/01/51191/3455876

📍 Wisła

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 16:00 h

📅 20.06.2026 do 01.07.2026

4 940,00 PLN brutto

4 940,00 PLN netto

308,75 PLN brutto/h

308,75 PLN netto/h

233,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Internet

Grupa docelowa usługi

- Osoby indywidualne zainteresowane rozwojem kompetencji cyfrowych wspierających zieloną transformację przedsiębiorstw sektora MŚP w województwie śląskim.

- Osoby planujące rozwój zawodowy w obszarze marketingu cyfrowego, analityki danych oraz komunikacji działań środowiskowych i ESG.

- Każdy, kto chce zdobyć praktyczne umiejętności wykorzystania technologii cyfrowych w sposób efektywny, odpowiedzialny i zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju – niezależnie od dotychczasowego doświadczenia.

Szkolenie nie wymaga wcześniejszego doświadczenia. Wystarczająca jest podstawowa umiejętność obsługi komputera lub telefonu oraz korzystania z Internetu.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

19-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usług Szkoleniowo– Rozwojowych PIFS SUS 3.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestników do projektowania i realizacji działań marketingowych w środowisku cyfrowym zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, GOZ i ESG, z uwzględnieniem śladu węglowego kampanii, wykorzystania narzędzi analitycznych do oceny ich wpływu na zachowania konsumentów oraz budowania autentycznego i transparentnego wizerunku marki, z uwzględnieniem zasad odpowiedzialnej komunikacji i przeciwdziałania greenwashingowi. Usługa kończy się nabyciem kwalifikacji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--|---|------------------------------|
| Rozróżnia działania marketingowe wspierające model gospodarki o obiegu zamkniętym w handlu elektronicznym (e-commerce) | Wyjaśnia różnicę między promocją produktów jednorazowych a kampaniami edukacyjnymi dotyczącymi recyklingu | Test teoretyczny |
| | Opisuje programy zwrotu produktów jako narzędzie marketingowe w gospodarce o obiegu zamkniętym | Test teoretyczny |
| Charakteryzuje metody projektowania kampanii medialnych z uwzględnieniem śladu węglowego | Wyjaśnia znaczenie certyfikacji zielonej w doborze kanałów cyfrowych | Test teoretyczny |
| | Opisuje zasady doboru papieru z certyfikatem FSC i optymalizacji plików | Test teoretyczny |
| Klasyfikuje narzędzia analityczne do pomiaru wpływu kampanii na zmianę zachowań ekologicznych | Wyjaśnia rolę analizy sentymentu w mediach społecznościowych | Test teoretyczny |
| | Opisuje metodologię badań świadomości ekologicznej przed i po kampanii | Test teoretyczny |
| Wyjaśnia elementy strategii konkurencyjnej marki zrównoważonej na rynku produktów ekologicznych | Charakteryzuje znaczenie autentyczności i wartości marki w pozycjonowaniu | Test teoretyczny |
| | Opisuje wpływ łańcucha dostaw i edukacji konsumentów na pozycję konkurencyjną | Test teoretyczny |
| Projektuje kampanie medialne minimalizujące ślad węglowy poprzez wybór kanałów i materiałów ekologicznych | Dobiera kanały cyfrowe z certyfikatami zielonymi i optymalizuje rozmiary plików | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Wskazuje dostawców energii odnawialnej i papieru certyfikowanego FSC do kampanii | Analiza dowodów i deklaracji |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|---|---|
| Mierzy i raportuje wpływ kampanii marketingowych na świadomość ekologiczną oraz zachowania konsumentów | Analizuje wskaźniki zmian świadomości ekologicznej oraz zachowań konsumentów przed i po kampanii | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Raportuje dane o emisjach CO2, odpadach i zużyciu zasobów naturalnych w kampaniach | Analiza dowodów i deklaracji |
| Buduje pozycjonowanie marki oparte na autentycznym zaangażowaniu w zrównoważony rozwój i transparentności | Opracowuje strategie pozycjonowania marki uwzględniające rzeczywiste działania proekologiczne i innowacje | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Tworzy komunikaty marketingowe edukujące konsumentów o wpływie decyzji zakupowych na środowisko | Analiza dowodów i deklaracji |
| | <p>Opowiada rzeczywiste historie o wyzwaniach, rozwiązaniach i sukcesach w gospodarce o obiegu zamkniętym</p> <p>Integruje w narracji uczestników transformacji, pracowników, partnerów oraz wpływ na konsumentów</p> | <p>Analiza dowodów i deklaracji</p> <p>Analiza dowodów i deklaracji</p> |
| Komunikuje się jasno i konstruktywnie na temat strategii zrównoważonego rozwoju oraz transformacji ekologicznej | Wyjaśnia złożone zagadnienia ekologiczne w prosty i zrozumiały sposób dla różnych grup odbiorców | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Argumentuje stanowisko dotyczące wpływu działań marketingowych na środowisko naturalne | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Promuje zasady etyczne w działaniach marketingowych i zrównoważony rozwój | Analiza dowodów i deklaracji |
| Wspiera zespół w budowaniu kultury autentyczności i odpowiedzialności za wpływ kampanii na otoczenie | Wspiera kolegów w identyfikacji i eliminacji praktyk greenwashingu z kampanii | Analiza dowodów i deklaracji |
| Ocenia efektywność działań marketingowych pod względem osiągnięcia celów biznesowych i ekologicznych | Analizuje wyniki kampanii w kontekście wpływu na świadomość i zachowania konsumentów | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Identyfikuje obszary usprawnienia i proponuje działania zmniejszające negatywny wpływ na środowisko | Analiza dowodów i deklaracji |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--|---|------------------------------|
| Radzi sobie z wyzwaniami wynikającymi z konfliktu między celami biznesowymi a zobowiązaniami ekologicznymi organizacji | Proponuje rozwiązania równoważące cele handlowe z rzeczywistą realizacją zobowiązań ekologicznych | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Komunikuje ograniczenia i niedobory w realizacji strategii zrównoważonego rozwoju w kampaniach | Analiza dowodów i deklaracji |

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 3. Czy dokument jest certyfikatem wydawanym przez międzynarodowe instytucje?

TAK

Strona internetowa Instytucji Certyfikującej: <https://standardgccs.com/qualifications/>

Strona internetowa Instytucji Walidującej: <https://icvc.eu>

Informacje

| | |
|---------------------------------------|--|
| Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację | ICVC CERTYFIKACJA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ |
| Nazwa Podmiotu certyfikującego | Talent Odyssey Ltd. (Global Competence Certification Standard) |

Program

Grupa docelowa: Szkolenie skierowane jest do grup:

- Osoby indywidualne zainteresowane rozwojem kompetencji cyfrowych wspierających zieloną transformację przedsiębiorstw sektora MŚP w województwie śląskim.
- Osoby planujące rozwój zawodowy w obszarze marketingu cyfrowego, analityki danych oraz komunikacji działań środowiskowych i ESG.
- Każdy, kto chce zdobyć praktyczne umiejętności wykorzystania technologii cyfrowych w sposób efektywny, odpowiedzialny i zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju – niezależnie od dotychczasowego doświadczenia.

Kwalifikacje:

Szkolenie kończy się uzyskaniem kwalifikacji branżowej nadawanej przez międzynarodową instytucję certyfikującą.

SPECJALISTA DS. MARKETINGU (SOCIAL MEDIA / DIGITAL / AI) / Marketing Specialist (Social Media / Digital / AI), GCCS-DIG-002, Category G - Green.

Zakres kwalifikacji obejmuje projektowanie kampanii marketingowych uwzględniających ślad węglowy, dobór materiałów i kanałów o obniżonym wpływie środowiskowym oraz analizę i raportowanie efektów środowiskowych działań marketingowych.

Kwalifikacja potwierdza wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie realizacji działań marketingowych w środowisku cyfrowym, projektowania kampanii medialnych, wykorzystania narzędzi analitycznych, komunikacji marki oraz wdrażania działań wspierających zrównoważony rozwój i gospodarkę obiegu zamkniętego.

W ramach niniejszej usługi kwalifikacja realizowana jest w kontekście wspierania zielonej transformacji przedsiębiorstw sektora MŚP poprzez:

- cyfryzację procesów marketingowych,
- optymalizację działań marketingowych pod kątem efektywności zasobowej,
- wykorzystanie analityki danych i AI do podejmowania decyzji,
- komunikację działań środowiskowych i ESG.

Usługa została przypisana do kategorii Informatyka i telekomunikacja / Internet ze względu na dominujący charakter wykorzystania narzędzi cyfrowych, analityki danych oraz kanałów online w projektowaniu i realizacji działań marketingowych.

Sposób walidacji i egzamin:

Egzamin kwalifikacyjny realizowany zgodnie ze standardami międzynarodowej instytucji certyfikującej i ma formę testu teoretycznego oraz analizy dowodów i deklaracji.

Czas oczekiwania na wynik walidacji wynosi do 8 dni roboczych od dnia egzaminu.

Realizacja szkolenia: 20-21.06. 2026 r.

Oczekiwanie na wynik walidacji - do 01.07.2026 r.

Powiązanie z RSI 2030

Szkolenie wpisuje się w cele Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Śląskiego 2030 „Zielone i Cyfrowe Śląskie” poprzez rozwijanie kompetencji w zakresie technologii marketingu cyfrowego, analityki danych oraz komunikacji ESG wspierających transformację środowiskową i cyfrową przedsiębiorstw sektora MŚP.

Program wzmacnia zdolność kadr regionu do wdrażania innowacyjnych modeli komunikacji i sprzedaży opartych na narzędziach cyfrowych, ograniczających nadmiarowe zużycie zasobów oraz wspierających transparentność działań środowiskowych.

Usługa przyczynia się do budowy kompetencji przyszłości łączących technologie informacyjne, analitykę oraz cele zrównoważonego rozwoju, zgodnie z kierunkiem transformacji gospodarczej województwa śląskiego.

Powiązanie z PRT Woj. Śląskiego 2019–2030

Szkolenie odpowiada kierunkom rozwoju technologicznego regionu wskazanym w PRT, w szczególności:

PRT 3 - Technologie dla środowiska

3.3.1 Technologie zapobiegania powstawaniu odpadów (GOZ)

Projektowanie działań marketingowych wspierających gospodarkę o obiegu zamkniętym, optymalizacji zasobów cyfrowych oraz ograniczania nadmiarowego wykorzystania materiałów i danych.

PRT 4 – Technologie informacyjne i telekomunikacyjne

Szkolenie rozwija kompetencje w zakresie:

- wykorzystania narzędzi marketingu cyfrowego i platform społecznościowych,
- analityki danych i monitorowania efektywności działań online,
- projektowania i optymalizacji procesów e-commerce,
- cyfrowych systemów komunikacji i zarządzania relacjami z klientami.

Zakres usługi wspiera transformację cyfrową regionu poprzez rozwijanie kompetencji technologicznych niezbędnych do modernizacji przedsiębiorstw sektora MŚP w województwie śląskim.

Organizacja szkolenia

Szkolenie realizowane w formie stacjonarnej, w małych grupach, z przewagą ćwiczeń praktycznych.

Każdy uczestnik ma stanowisko z laptopem i dostępem do internetu.

Stosowane metody: warsztat, praca indywidualna i zespołowa, case studies, symulacje, analiza danych, tworzenie treści.

Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych.

Przerwy, certyfikacja (walidacja i egzamin) wliczone są w czas trwania usługi

PROGRAM USŁUGI

DZIEŃ I (9:00–17:00) – 3h teoria / 4,5h praktyka / 0,5h przerwa

9:00–9:30 – Wprowadzenie do szkolenia

Omówienie celów, zakresu kwalifikacji oraz roli marketingu cyfrowego w zielonej transformacji przedsiębiorstw. Wprowadzenie do zasad ESG, GOZ i odpowiedzialnej komunikacji.

(teoria)

9:30–11:00 – Marketing w gospodarce o obiegu zamkniętym (GOZ)

Działania marketingowe wspierające GOZ w e-commerce. Kampanie edukacyjne vs sprzedaż jednorazowa. Programy zwrotów i ich rola w komunikacji marki.

(teoria + analiza przypadków)

11:00–13:00 – Projektowanie kampanii niskoemisyjnych

Ślad węglowy kampanii marketingowych. Dobór kanałów cyfrowych z uwzględnieniem ich wpływu środowiskowego. Certyfikaty zielone, optymalizacja plików, dobór materiałów (FSC, OZE).

(teoria + warsztat projektowy)

13:00–13:30 – Przerwa obiadowa

13:30–15:00 – Analityka działań marketingowych a zachowania ekologiczne

Narzędzia analityczne w marketingu cyfrowym. Analiza sentymentu. Badanie świadomości ekologicznej przed i po kampanii.

(teoria + ćwiczenia analityczne)

15:00–17:00 – Warsztat: projekt kampanii ekologicznej

Projektowanie kampanii marketingowej z uwzględnieniem GOZ, śladu węglowego, kanałów komunikacji i materiałów.

(praktyka)

DZIEŃ II (8:00–16:00) – 2h teoria / 4,5h praktyka / 0,5h przerwa / 1h egzamin

8:00–09:30 – Strategia marki zrównoważonej

Budowanie autentycznego wizerunku marki. Transparentność, wartości, łańcuch dostaw i edukacja konsumenta.

(teoria)

09:30–11:00 – Pomiar i raportowanie wpływu środowiskowego kampanii

Analiza wskaźników wpływu kampanii na środowisko i zachowania konsumentów. Raportowanie CO2, zużycia zasobów i odpadów.

(teoria + analiza danych)

11:00–12:30 – Warsztat: raport i optymalizacja działań marketingowych

Tworzenie raportów środowiskowych kampanii. Identyfikacja obszarów do optymalizacji i redukcji wpływu.

(praktyka)

12:30–13:00 – Wyzwania marketingu zrównoważonego

Konflikt celów biznesowych i ekologicznych. Greenwashing – identyfikacja i przeciwdziałanie.

(teoria + dyskusja)

13:00–13:30 – Przerwa obiadowa

13:30–15:00 – Storytelling i komunikacja transformacji organizacji

Tworzenie autentycznych narracji. Komunikowanie zmian, wyzwań i efektów działań ekologicznych.

(praktyka – warsztat komunikacyjny)

15:00–16:00 – Egzamin / walidacja

Test teoretyczny + analiza dowodów i deklaracji.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|--------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 13 Wprowadzenie do szkolenia | Piotr Kaleta | 20-06-2026 | 09:00 | 09:30 | 00:30 |
| 2 z 13 Marketing w gospodarce o obiegu zamkniętym (GOZ) | Piotr Kaleta | 20-06-2026 | 09:30 | 11:00 | 01:30 |
| 3 z 13 Projektowanie kampanii niskoemisyjnych | Piotr Kaleta | 20-06-2026 | 11:00 | 13:00 | 02:00 |
| 4 z 13 Przerwa | Piotr Kaleta | 20-06-2026 | 13:00 | 13:30 | 00:30 |
| 5 z 13 Analityka działań marketingowych a zachowania ekologiczne | Piotr Kaleta | 20-06-2026 | 13:30 | 15:00 | 01:30 |
| 6 z 13 Warsztat: projekt kampanii ekologicznej | Piotr Kaleta | 20-06-2026 | 15:00 | 17:00 | 02:00 |
| 7 z 13 Strategia marki zrównoważonej | Piotr Kaleta | 21-06-2026 | 08:00 | 09:30 | 01:30 |
| 8 z 13 Pomiar i raportowanie wpływu środowiskowego kampanii | Piotr Kaleta | 21-06-2026 | 09:30 | 11:00 | 01:30 |

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|--------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 9 z 13 Warsztat: raport i optymalizacja działań marketingowych | Piotr Kaleta | 21-06-2026 | 11:00 | 12:30 | 01:30 |
| 10 z 13 Wyzwania marketingu zrównoważonego | Piotr Kaleta | 21-06-2026 | 12:30 | 13:00 | 00:30 |
| 11 z 13 Przerwa | Piotr Kaleta | 21-06-2026 | 13:00 | 13:30 | 00:30 |
| 12 z 13 Storytelling i komunikacja transformacji organizacji | Piotr Kaleta | 21-06-2026 | 13:30 | 15:00 | 01:30 |
| 13 z 13 Egzamin / walidacja Test teoretyczny + analiza dowodów i deklaracji. | - | 21-06-2026 | 15:00 | 16:00 | 01:00 |

Cennik

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|---|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 4 940,00 PLN |
| Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT | |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 4 940,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 308,75 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 308,75 PLN |
| W tym koszt walidacji brutto | 400,00 PLN |
| W tym koszt walidacji netto | 400,00 PLN |
| W tym koszt certyfikowania brutto | 100,00 PLN |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Piotr Kaleta

Piotr Kaleta – niezależny trener i instruktor, specjalista w obszarze marketingu cyfrowego, technologii informacyjnych oraz projektowania strategii komunikacyjnych wspierających zrównoważony rozwój organizacji.

Od 2021 roku prowadzi usługi szkoleniowo-rozwojowe i doradcze skoncentrowane na praktycznym wykorzystaniu narzędzi marketingu internetowego, e-commerce, analityki danych oraz rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji w procesach sprzedażowych, analitycznych i komunikacyjnych.

W latach 2021–2026 zrealizował ponad 1500 godzin szkoleń i doradztwa dla sektora MŚP, wspierając organizacje w:

- projektowaniu strategii marketingowych i sprzedażowych online,
- optymalizacji procesów e-commerce i konwersji,
- integracji narzędzi cyfrowych z zasadami zrównoważonego rozwoju
- integrowaniu technologii wspierających efektywność zasobową i ograniczanie nadmiarowych działań marketingowych.

W swojej działalności szkoleniowej i doradczej konsekwentnie integruje zasady zrównoważonego rozwoju z technologiami marketingu cyfrowego, wspierając przedsiębiorstwa w projektowaniu rozwiązań ograniczających nadmierowe zużycie zasobów oraz budowaniu modeli komunikacji zgodnych z celami środowiskowymi i transformacją gospodarki.

Posiada doświadczenie w projektach startupowych realizowanych w ostatnich 5 latach, Healthly (2023–2025) oraz aplikacji LunchMe (2022–2024), gdzie odpowiadał za strategię cyfrowe, modele sprzedażowe oraz optymalizację procesów operacyjnych w środowisku online

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały przekazywane w trakcie realizacji usługi:

- laptopy udostępnione na czas trwania szkolenia. (udostępnione na czas trwania usługi).
- prezentacja szkoleniowa w formie wyświetlanej. (slajdy),
- notatnik i długopis.

Materiały przekazywane po zakończeniu usługi:

- prezentacja szkoleniowa w formie elektronicznej.
- zestaw materiałów uzupełniających w formie elektronicznej (linki, checklisty, rekomendacje dobrych praktyk).

Informacje dodatkowe

Dostępność: Zapewniamy równy dostęp do usługi. Na zgłoszenie uczestnika uzgadniamy **równoważne formy** materiałów (np. większa czcionka, alternatywny sposób prezentacji)

Kontakt: **Koordynator ds. dostępności – Magdalena Kudzia, m.kudzia@change.info.pl, 574 454 645** (potwierdzenie do 2 dni roboczych).

Uwaga do harmonogramu szkolenia:

Przerwa obiadowa ustalona jest na godz. 13:00 do 13:30.

Informacja dotycząca realizacji usługi zgodnie z wytycznymi:

Usługa rozwojowa realizowana w formie usługi stacjonarnej, zostanie zrealizowana zgodnie

z aktualnie obowiązującymi przepisami prawa i zaleceniami Ministerstwa Zdrowia i Głównego Inspektoratu Sanitarnego.

Adres

al. Księdza Biskupa Juliusza Bursche 3/-

43-460 Wisła

woj. śląskie

Hotel Gołębiowski

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja

Kontakt



Dagmara Podhorodecka

E-mail d.podhorodecka@change.info.pl

Telefon (+48) 530 800 606