



Weronika Kachel
Microblading and
PMU - Weronika
Waluś

★★★★★ 5,0 / 5

998 ocen

„Szkolenie - Zrównoważona komunikacja i marketing cyfrowy – AI, green content i ograniczanie śladu cyfrowego zgodnie z PRT. Szkolenie prowadzi do nabycia kwalifikacji.”

Numer usługi 2026/04/03/55382/3464449

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 22:00 h
- 📅 11.05.2026 do 12.05.2026

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
227,27 PLN brutto/h
227,27 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych – zarówno pracujących, jak i pozostających bez zatrudnienia – które chcą zdobyć lub rozwinąć kompetencje w zakresie zrównoważonej komunikacji, marketingu cyfrowego oraz wykorzystania narzędzi AI. Adresatami szkolenia są w szczególności osoby, które:

- chcą zwiększyć swoją atrakcyjność na rynku pracy poprzez rozwój kompetencji cyfrowych i zielonych,
- planują podjęcie pracy lub zmianę ścieżki zawodowej w obszarach takich jak marketing, administracja, sprzedaż, usługi, działalność online lub branże kreatywne,
- chcą nauczyć się tworzenia treści i komunikacji marketingowej w sposób efektywny i odpowiedzialny środowiskowo,
- potrzebują umiejętności związanych z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych, automatyzacją i analizą danych w codziennej pracy,
- są zainteresowane ograniczeniem nadprodukcji treści oraz optymalizacją działań w środowisku cyfrowym zgodnie z zasadami GOZ,

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

4

Data zakończenia rekrutacji

10-05-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

22

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa przygotowuje uczestnika do planowania, tworzenia i optymalizacji działań komunikacyjnych oraz marketingowych w środowisku cyfrowym z wykorzystaniem narzędzi AI, zgodnie z zasadami GOZ i PRT. Uczestnik nabywa umiejętności tworzenia green content, ograniczania nadprodukcji treści, optymalizacji śladu cyfrowego oraz efektywnego wykorzystania zasobów i analizy danych w marketingu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji	
Uczestnik rozróżnia podstawowe pojęcia związane ze zrównoważoną komunikacją, marketingiem cyfrowym oraz gospodarką o obiegu zamkniętym (GOZ).	Definiuje pojęcia GOZ, green content, ślad cyfrowy,	Test teoretyczny	
	rozróżnia działania zgodne i niezgodne z zasadami zrównoważonej komunikacji,	Test teoretyczny	
	identyfikuje przykłady ograniczania nadprodukcji treści w marketingu cyfrowym	Test teoretyczny	
	rozróżnia podstawowe funkcje narzędzi cyfrowych i AI (np. generowanie treści, planowanie publikacji),	Test teoretyczny	
	Uczestnik charakteryzuje możliwości wykorzystania narzędzi cyfrowych i AI w działaniach marketingowych.	wskazuje zastosowania AI w tworzeniu i optymalizacji komunikacji,	Test teoretyczny
		identyfikuje korzyści wynikające z automatyzacji działań marketingowych.	Test teoretyczny
Uczestnik opisuje zasady optymalizacji działań marketingowych w oparciu o dane i efektywne wykorzystanie zasobów.	wskazuje podstawowe wskaźniki efektywności działań marketingowych,	Test teoretyczny	
	rozróżnia działania efektywne i nieefektywne w komunikacji cyfrowej,	Test teoretyczny	
	identyfikuje sposoby ograniczania zużycia zasobów (czas, dane, energia) w marketingu.	Test teoretyczny	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik tworzy treści marketingowe z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych i AI.	przygotowuje przykładowy komunikat marketingowy z użyciem narzędzia AI,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera formę treści (tekst, grafika, krótka forma video) do celu komunikacji,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	ostosowuje treść do wybranego kanału komunikacji (np. social media, post, ogłoszenie).	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik planuje działania komunikacyjne zgodnie z zasadami GOZ i ograniczania nadprodukcji treści.	opracowuje prosty plan komunikacji lub kampanii marketingowej,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wskazuje elementy ograniczające nadprodukcję treści (np. reuse, optymalizacja),	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera kanały komunikacji w sposób uporządkowany i adekwatny do celu.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik analizuje działania marketingowe i wprowadza ich optymalizację w oparciu o dane.	interpretuje podstawowe dane dotyczące efektywności działań (np. zasięg, zaangażowanie),	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	wskazuje działania wymagające poprawy,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	proponuje zmiany ograniczające nieefektywność i nadmiar działań.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik stosuje zasady odpowiedzialnej i etycznej komunikacji w działaniach marketingowych. Uczestnik uwzględnia zasady zrównoważonego rozwoju w planowaniu działań komunikacyjnych.	wskazuje przykłady komunikacji zgodnej i niezgodnej z zasadami etycznymi,	Wywiad swobodny
	rozdziela działania rzetelne i wprowadzające w błąd (np. greenwashing),	Wywiad swobodny
	uzasadnia znaczenie transparentności w komunikacji z odbiorcą.	Wywiad swobodny
	wskazuje działania ograniczające nadprodukcję treści i zużycie zasobów,	Wywiad swobodny
	uzasadnia wybór rozwiązań zgodnych z GOZ,	Wywiad swobodny
	odnosi planowane działania do ich wpływu na środowisko.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik współpracuje i komunikuje się w sposób uporządkowany podczas realizacji zadań.	formułuje jasne i zrozumiałe komunikaty,	Wywiad swobodny
	prezentuje własne rozwiązania i uzasadnia ich wybór,	Wywiad swobodny
	reaguje na informacje zwrotne i uwzględnia je w dalszych działaniach.	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 1. Czy dokument jest wydany przez podmiot systemu oświaty lub szkolnictwa wyższego na podstawie odrębnych przepisów?

TAK

rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 6 października 2023 r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych (Dz. U. poz. 2175 oraz z 2024 r. poz. 1854)

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację BEAUTY EVOLUTION

Nazwa Podmiotu certyfikującego BEAUTY EVOLUTION

Program

Dzień 1 – Zielone kompetencje i cyfrowa transformacja komunikacji marketingowej (11 godzin dydaktycznych)

Blok 1. Zielona transformacja i kierunki rozwoju marketingu cyfrowego (2h teoria)

- Znaczenie zielonej gospodarki i GOZ w komunikacji cyfrowej i marketingu online.
- Rola marketingu i komunikacji w realizacji założeń zrównoważonego rozwoju.
- Omówienie obszarów technologicznych powiązanych ze szkoleniem: Technologie informacyjne i cyfrowe (PRT 4.2) Rozwiązania cyfrowe i green web (PRT 4.3.1) Gospodarka o obiegu zamkniętym (PRT 3.3.1) Zielone kompetencje (PRT 4.7.7)
- Wpływ marketingu cyfrowego na środowisko – zużycie energii, transfer danych, emisja CO₂ w internecie.
- Znaczenie zielonych kwalifikacji w obszarze komunikacji i marketingu – nowe wymagania rynku pracy.
- Ćwiczenie: mapa powiązań PRT i marketingu cyfrowego – uczestnicy przyporządkowują działania marketingowe do obszarów technologicznych i GOZ.

Blok 2. Ekoprojektowanie komunikacji cyfrowej – green content i less waste marketing (1h teoria + 1h ćwiczenia symulacyjne)

- Wprowadzenie do idei ekoprojektowania (eco-design) w marketingu cyfrowym.
- Zasady GOZ w komunikacji online – ograniczanie nadprodukcji treści.
- Identyfikacja „marnotrawstwa cyfrowego”: nadmiar treści, ciężkie pliki, nieefektywne kampanie

- Projektowanie green content: optymalizacja grafik i video, reuse treści, minimalizacja transferu danych
- Analiza cyklu życia treści cyfrowej (LCA).
- Ćwiczenia symulacyjne: projektowanie zielonej kampanii – dobór formatów, kanałów i narzędzi zgodnych z GOZ.

Blok 3. Narzędzia cyfrowe i AI w tworzeniu ekologicznego marketingu (2h teoria + 2h ćwiczenia praktyczne)

- Wprowadzenie do AI w marketingu – automatyzacja i optymalizacja pracy.
- Zastosowanie narzędzi: Canva / Canva AI ChatGPT (tworzenie treści) CapCut (montaż video)
- AI jako narzędzie ograniczające zużycie zasobów – mniej pracy, mniej błędów, mniej produkcji treści.
- Ryzyka środowiskowe AI – zużycie energii, nadprodukcja treści.
- Zasady odpowiedzialnego wykorzystania AI w marketingu.
- Ćwiczenia praktyczne: tworzenie treści z użyciem AI, optymalizacja komunikatów, skracanie i upraszczanie contentu

Blok 4. Etyka komunikacji i greenwashing (1h teoria + 2h ćwiczenia)

- Czym jest greenwashing i jak go rozpoznawać.
- Zasady odpowiedzialnej komunikacji ekologicznej.
- Budowanie wiarygodności marki.
- Rola transparentności i edukacji odbiorców.
- Ćwiczenia refleksyjne: analiza kampanii – identyfikacja greenwashingu i poprawa komunikacji.

Dzień 2 – Projektowanie kampanii i praktyczne wdrażanie zielonego marketingu cyfrowego (11 godzin dydaktycznych)

Blok 1. Strategia komunikacji cyfrowej zgodnej z GOZ i PRT (2h teoria)

- Tworzenie strategii komunikacji marketingowej w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju i gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ).
- Definiowanie celów komunikacyjnych z uwzględnieniem efektywności zasobowej (czas, energia, budżet, dane).
- Identyfikacja grup docelowych oraz ich potrzeb w kontekście świadomej, odpowiedzialnej komunikacji.
- Dobór kanałów komunikacji (social media, strony www, newslettery) w sposób ograniczający nadprodukcję treści i zbędne zużycie zasobów cyfrowych.
- Planowanie komunikacji w modelu „mniej, ale lepiej” – koncentracja na jakości, a nie ilości treści.
- Integracja działań marketingowych z zasadami GOZ – ponowne wykorzystanie treści (reuse), optymalizacja cyklu życia materiałów marketingowych.
- Powiązanie strategii z obszarami PRT: 4.2 – cyfrowe narzędzia i analiza procesów, 4.3.1 – rozwiązania cyfrowe i green web, 3.3.1 – GOZ, 4.7.7 – zielone kompetencje

Blok 2. Planowanie i automatyzacja działań marketingowych (1h teoria + 1h ćwiczenia praktyczne)

- Wprowadzenie do automatyzacji marketingu jako narzędzia zwiększającego efektywność i ograniczającego zużycie zasobów.
- Omówienie narzędzi: Meta Business Suite – planowanie publikacji, harmonogramy treści, automatyczne odpowiedzi i wiadomości, proste narzędzia AI wspierające publikację
- Zasady planowania komunikacji w sposób uporządkowany i oszczędny: eliminacja chaosu komunikacyjnego, ograniczenie powielania treści, tworzenie spójnych kampanii
- Wpływ automatyzacji na redukcję czasu pracy i zużycia energii (mniej operacji, mniej zasobów)
- Ćwiczenia praktyczne: stworzenie harmonogramu publikacji, zaplanowanie kampanii w Meta Business Suite, przygotowanie automatyzacji komunikacji (np. odpowiedzi, schematy działań)

Blok 3. Analiza danych i optymalizacja działań marketingowych (2h teoria + 1h ćwiczenia praktyczne)

- Znaczenie analizy danych w podejmowaniu decyzji marketingowych.
- Podstawowe wskaźniki efektywności: zasięg, zaangażowanie, konwersja, czas interakcji
- Interpretacja danych w kontekście ograniczania nadprodukcji treści – publikowanie mniej, ale skuteczniej
- Wykorzystanie danych do optymalizacji działań marketingowych i redukcji strat zasobów (czas, budżet, energia).
- Wprowadzenie do analizy danych z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych i AI.
- Zasada „data-driven marketing” jako element zielonej transformacji.
- Ćwiczenia praktyczne: analiza przykładowych wyników kampanii, identyfikacja działań nieefektywnych, optymalizacja komunikacji na podstawie danych

Blok 4. Tworzenie projektu zielonej kampanii marketingowej (1h teoria + 1h ćwiczenia praktyczne)

- Etapy projektowania kampanii marketingowej zgodnej z GOZ i PRT: określenie celu kampanii, dobór grupy docelowej, wybór kanałów komunikacji, planowanie treści
- Uwzględnienie zasad: ograniczenie zużycia zasobów, optymalizacja treści, wykorzystanie istniejących materiałów (reuse), minimalizacja śladu cyfrowego
- Dobór narzędzi cyfrowych i AI wspierających realizację kampanii.

- Tworzenie spójnej koncepcji komunikacyjnej (tekst, grafika, video).
- Ćwiczenia praktyczne (projekt indywidualny lub grupowy): Uczestnicy opracowują własną kampanię marketingową, która zawiera: plan komunikacji, przykładowe treści, dobór narzędzi, elementy optymalizacji ekologicznej
- Prezentacja projektów i omówienie rozwiązań.

Blok 5. Walidacja efektów uczenia się – egzamin praktyczno-teoretyczny (2h)

Walidacja realizowana jest w drugim dniu szkolenia przez podmiot zewnętrzny w stosunku do Dostawcy Usług. Ocena efektów uczenia się dokonywana jest w dniu przeprowadzenia walidacji, a uczestnik otrzymuje informację o wyniku bezpośrednio po zakończeniu procesu oceny. Usługa nie obejmuje dodatkowego okresu oczekiwania na wynik walidacji – termin realizacji obejmuje okres szkolenia oraz dzień przeprowadzenia walidacji i przekazania wyniku.

Część teoretyczna: Test wiedzy z zakresu zielonych kompetencji, zasad GOZ, optymalizacji śladu cyfrowego oraz wykorzystania narzędzi cyfrowych i AI w marketingu.

Wywiad swobodny z zakresu kompetencji społecznych, w tym odpowiedzialnej komunikacji, etyki marketingowej oraz świadomego wykorzystywania technologii cyfrowych.

Część praktyczna:

- Samodzielne opracowanie projektu kampanii marketingowej zgodnej z zasadami green content, GOZ oraz optymalizacji zasobów cyfrowych.
- Ocena planowania komunikacji, doboru narzędzi cyfrowych (w tym AI), sposobu tworzenia treści oraz ograniczania nadprodukcji materiałów marketingowych.
- Analiza efektywności zaprojektowanych działań oraz ich zgodności z obszarami PRT (w szczególności: technologie informacyjne, analiza danych, GOZ i zielone kompetencje).
- Ocena umiejętności wykorzystania danych i narzędzi cyfrowych do optymalizacji działań marketingowych.

Omówienie wyników: Indywidualna informacja zwrotna oraz wskazówki dotyczące wdrażania ekologicznych i cyfrowych rozwiązań w komunikacji marketingowej i codziennej pracy.

Certyfikacja: Po pozytywnej ocenie części teoretycznej i praktycznej uczestnik otrzymuje certyfikat potwierdzający nabycie kompetencji w zakresie zrównoważonej komunikacji i marketingu cyfrowego zgodnego z PRT.

Warunki organizacyjne szkolenia:

Forma szkolenia: Szkolenie realizowane jest w małych grupach (do 4 osób), co umożliwia indywidualne podejście do uczestników, intensywną pracę warsztatową oraz bieżące konsultacje z trenerem. Poziom trudności zadań praktycznych jest dostosowywany do umiejętności uczestników, co sprzyja efektywnemu przyswajaniu wiedzy oraz rozwijaniu kompetencji w zakresie zrównoważonej komunikacji, marketingu cyfrowego i wykorzystania narzędzi AI.

Środowisko nauki i zasady ekologiczne: Szkolenie realizowane jest w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju oraz gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ). W trakcie zajęć wykorzystywane są narzędzia cyfrowe i rozwiązania technologiczne, które:

- wspierają ograniczenie nadprodukcji treści cyfrowych,
- umożliwiają optymalizację zużycia danych i energii (np. poprzez dobór odpowiednich formatów plików i narzędzi),
- sprzyjają automatyzacji procesów i redukcji zbędnych działań,
- wpisują się w koncepcję green digital i odpowiedzialnego marketingu.

Podczas szkolenia uczestnicy uczą się projektowania komunikacji marketingowej w sposób efektywny, zasobooszczędny i zgodny z ideą green content oraz odpowiedzialnego wykorzystania technologii cyfrowych.

Czas trwania i przerwy: Szkolenie trwa 22 godziny dydaktyczne (co odpowiada 16,5 godzinom zegarowym) i realizowane jest w formule dwudniowej (2 dni po 11 godzin dydaktycznych). W ramach szkolenia przewidziano:

- **część teoretyczną – 8 godzin dydaktycznych:** obejmującą wprowadzenie do zielonych kompetencji, zasad GOZ, podstaw marketingu cyfrowego, wykorzystania AI, optymalizacji śladu cyfrowego oraz analizy danych.
- **część praktyczną (warsztatową z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych i AI) – 14 godzin dydaktycznych:** obejmującą pracę na narzędziach (m.in. Canva, ChatGPT, Meta Business Suite), projektowanie treści i kampanii marketingowych, analizę danych, optymalizację działań oraz przygotowanie projektu końcowego.
- przerwy wliczone w czas szkolenia (2x15 minut) według harmonogramu.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Zielona transformacja i kierunki rozwoju marketingu cyfrowego	Mateusz Waluś	11-05-2026	08:00	09:30	01:30
2 z 15 Ekoprojektowanie komunikacji cyfrowej – green content i less waste marketing	Mateusz Waluś	11-05-2026	09:30	11:00	01:30
3 z 15 Narzędzia cyfrowe i AI w tworzeniu ekologicznego marketingu. Teoria	Mateusz Waluś	11-05-2026	11:00	11:45	00:45
4 z 15 Przerwa	Mateusz Waluś	11-05-2026	11:45	12:00	00:15
5 z 15 Narzędzia cyfrowe i AI w tworzeniu ekologicznego marketingu.	Mateusz Waluś	11-05-2026	12:00	14:15	02:15
6 z 15 Przerwa	Mateusz Waluś	11-05-2026	14:15	14:30	00:15
7 z 15 Etyka komunikacji i greenwashing	Mateusz Waluś	11-05-2026	14:30	16:45	02:15
8 z 15 Strategia komunikacji cyfrowej zgodnej z GOZ i PRT	Mateusz Waluś	12-05-2026	08:00	09:30	01:30
9 z 15 Planowanie i automatyzacja działań marketingowych	Mateusz Waluś	12-05-2026	09:30	11:00	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 15 Analiza danych i optymalizacja działań marketingowych. Teoria	Mateusz Waluś	12-05-2026	11:00	11:45	00:45
11 z 15 Przerwa	Mateusz Waluś	12-05-2026	11:45	12:00	00:15
12 z 15 Analiza danych i optymalizacja działań marketingowych. Teoria+praktyka	Mateusz Waluś	12-05-2026	12:00	13:30	01:30
13 z 15 Tworzenie projektu zielonej kampanii marketingowej	Mateusz Waluś	12-05-2026	13:30	15:00	01:30
14 z 15 PRzerwa	Mateusz Waluś	12-05-2026	15:00	15:15	00:15
15 z 15 Walidacja efektów uczenia się	-	12-05-2026	15:15	16:45	01:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	227,27 PLN
Koszt osobogodziny netto	227,27 PLN
W tym koszt walidacji brutto	500,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	500,00 PLN

W tym koszt certyfikowania brutto

100,00 PLN

W tym koszt certyfikowania netto

100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mateusz Waluś

Absolwent Wydziału Prawa w Wyższej Szkole Finansów i Prawa w Bielsku-Białej. Trener od 5 lat specjalizuje się w obszarze zrównoważonej komunikacji, marketingu cyfrowego oraz wykorzystania narzędzi AI w pracy zawodowej. Prowadzi szkolenia z zakresu rozwoju kompetencji cyfrowych i zielonych, obejmujących tworzenie treści marketingowych, automatyzację działań, analizę danych oraz optymalizację procesów komunikacyjnych zgodnie z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ) oraz kierunkami Programu Rozwoju Technologii (PRT) 2030. W swojej działalności szkoleniowej łączy wiedzę z zakresu marketingu cyfrowego, technologii informacyjnych, analizy danych oraz efektywnego zarządzania zasobami (czas, energia, dane). Wspiera uczestników w świadomym tworzeniu komunikacji (green content), ograniczaniu nadprodukcji treści oraz wykorzystaniu narzędzi AI w sposób efektywny i odpowiedzialny. Posiada doświadczenie w pracy z narzędziami cyfrowymi (m.in. Canva, ChatGPT, Meta Business Suite, Google Workspace), planowaniu kampanii marketingowych, tworzeniu strategii komunikacji oraz wdrażaniu rozwiązań sprzyjających efektywności i ograniczaniu śladu cyfrowego. Regularnie aktualizuje swoją wiedzę w obszarze AI, marketingu cyfrowego oraz zielonych technologii, zapewniając uczestnikom szkolenia aktualne i praktyczne podejście. Prowadzący posiada doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.

P

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Szkolenie skierowane jest do osób zainteresowanych zdobyciem nowoczesnych i praktycznych umiejętności z zakresu zrównoważonej komunikacji oraz marketingu cyfrowego z wykorzystaniem narzędzi AI, w duchu gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ) i odpowiedzialnego podejścia do technologii. Program łączy wiedzę z obszaru marketingu cyfrowego, automatyzacji i analizy danych z rozwijaniem zielonych kompetencji – świadomego tworzenia treści, ograniczania nadprodukcji materiałów cyfrowych, optymalizacji zużycia zasobów (czas, energia, dane) oraz efektywnego wykorzystania narzędzi cyfrowych w komunikacji. Szkolenie realizowane jest w formule online (zdalnie w czasie rzeczywistym) i zostało zaprojektowane zgodnie z założeniami Programu Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego 2030 (PRT), w szczególności w obszarach:

- PRT 3.3.1 – gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ) – ograniczanie nadprodukcji treści i zasobów cyfrowych,
- PRT 4.2 – technologie informacyjne i analiza danych – wykorzystanie narzędzi cyfrowych w planowaniu i optymalizacji działań marketingowych,
- PRT 4.3.1 – rozwiązania cyfrowe i green web – optymalizacja treści i ograniczanie śladu cyfrowego,
- PRT 1.2.14 – sztuczna inteligencja – wykorzystanie AI w tworzeniu i automatyzacji komunikacji marketingowej,
- PRT 4.7.7 – rozwój zielonych kompetencji – kształtowanie świadomego i odpowiedzialnego podejścia do wykorzystania technologii cyfrowych.

Uczestnik szkolenia otrzymuje:

Materiały edukacyjne:

- Skrypty szkoleniowe w formie cyfrowej zawierające wiedzę teoretyczną i praktyczną z zakresu zrównoważonej komunikacji, marketingu cyfrowego, wykorzystania narzędzi AI oraz zasad gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ) w środowisku online.
- Prezentacje multimedialne udostępniane uczestnikom w trakcie i po szkoleniu, umożliwiające samodzielne utrwalenie wiedzy z zakresu zielonych kompetencji i optymalizacji śladu cyfrowego.
- E-booki oraz artykuły branżowe dotyczące green marketingu, odpowiedzialnej komunikacji, wykorzystania AI oraz wdrażania rozwiązań zgodnych z PRT.

Zestaw narzędzi i materiałów dydaktycznych: Dostęp do narzędzi cyfrowych wykorzystywanych w marketingu i komunikacji, w tym:

- Canva / Canva AI – tworzenie treści graficznych
- ChatGPT – generowanie i optymalizacja treści
- Meta Business Suite – planowanie komunikacji
- narzędzia do analizy danych i planowania działań

Udostępnione szablony i materiały robocze do projektowania kampanii marketingowych zgodnych z zasadami green content i GOZ.

Materiały ćwiczeniowe w formie plików online (np. dokumenty, arkusze, checklisty), umożliwiające aktywną pracę warsztatową podczas zajęć.

Materiały do pracy własnej: Cyfrowy notatnik (np. szablon w Google Docs lub PDF do uzupełniania) do zapisywania wniosków, pomysłów oraz planowania wdrożeń ekologicznych i cyfrowych rozwiązań w komunikacji marketingowej.

Dostęp do cyfrowych narzędzi wspierających zrównoważony marketing:

- E-karta działań marketingowych – narzędzie online do planowania komunikacji, harmonogramów publikacji oraz analizy efektywności działań (np. Google Workspace).
- Narzędzia do analizy treści i optymalizacji działań marketingowych – wspierające świadome podejmowanie decyzji i ograniczanie nieefektywnych działań.
- Arkusz „GOZ w marketingu” (GOZ Tracker) – autorskie narzędzie online do monitorowania wykorzystania zasobów cyfrowych (czas, liczba treści, kanały komunikacji), oceny efektywności działań oraz wdrażania optymalizacji.

Warunki uczestnictwa

Kwalifikacje i doświadczenie uczestników: Szkolenie skierowane jest do osób zainteresowanych zdobyciem praktycznych umiejętności z zakresu marketingu cyfrowego, komunikacji oraz wykorzystania narzędzi AI w pracy zawodowej – niezależnie od statusu na rynku pracy (osoby pracujące, bezrobotne, planujące zmianę lub rozwój ścieżki zawodowej). Nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie w marketingu ani pracy z narzędziami cyfrowymi – zalecana jest podstawowa umiejętność obsługi komputera oraz korzystania z internetu. Program został zaprojektowany w sposób umożliwiający udział zarówno osobom początkującym, jak i bardziej zaawansowanym uczestnikom, którzy chcą uporządkować wiedzę, rozwinąć umiejętności tworzenia treści (green content), poznać narzędzia AI oraz wdrażać rozwiązania ograniczające nadprodukcję treści i ślad cyfrowy zgodnie z zasadami GOZ i kierunkami PRT 2030.

Warunki techniczne

Warunki uczestnictwa w zajęciach zdalnych - wymagane posiadanie:

- komputera/laptopa/tabletu/smartfona e stałym dostępem do Internetu (2 Mb/s / 128 kb/s; zalecana 4 Mb/s / 512 kb/s)
- mikrofonu/zestaw słuchawkowy i kamery internetowej,
- zainstalowana aplikacja MS Teams/ Google Meet/ Hangouts

Uczestnicy na 3 dni przed szkoleniem otrzymają link/zaproszenie to szkolenia.

Warunki organizacyjne dla szkolenia:

1. Platforma do nauki zdalnej:

- Szkolenie teoretyczne odbywa się za pomocą wybranej platformy e-learningowej (Zoom, Microsoft Teams lub Google Meet) Ośrodek szkoleniowy zapewnia dostęp do platformy, a uczestnicy muszą posiadać urządzenie z dostępem do Internetu.
- Platforma umożliwia:

- Prezentację materiałów dydaktycznych (slajdy, wideo).
- Przeprowadzenie interaktywnej sesji pytań i odpowiedzi.
- Rejestrowanie obecności uczestników.
- Możliwość zadawania pytań na żywo (chat, audio).

1. **Zasoby techniczne:** Uczestnicy muszą mieć dostęp do:

- Komputera lub tabletu z kamerą, mikrofonem oraz stabilnym połączeniem internetowym.
- Słuchawek lub głośników oraz mikrofonu do komunikacji podczas sesji pytań i odpowiedzi.
- Oprogramowania umożliwiającego udział w szkoleniu (aplikacja lub przeglądarka obsługująca wybraną platformę).

1. **Materiały szkoleniowe:**

- Instytucja szkoleniowa zapewni uczestnikom dostęp do materiałów szkoleniowych w trakcie zajęć (np. prezentacje, skrypty)
- Materiały będą udostępnione w formacie cyfrowym (PDF, prezentacje), a uczestnicy muszą mieć możliwość ich pobrania i przeglądania na swoim urządzeniu.

1. **Czas trwania:**

- Harmonogram dnia zawiera planowane sesje wykładowe, przerwy oraz sesje pytań i odpowiedzi.

1. **Monitorowanie obecności:**

- Uczestnicy muszą być obecni przez cały czas trwania sesji zdalnej. Obecność jest monitorowana przez system (automatycznie) lub przez moderatora, który zapisuje aktywność uczestników.
- Uczestnicy są zobowiązani do włączenia kamer podczas zajęć teoretycznych, aby umożliwić sprawdzenie obecności i zaangażowania w szkolenie.

1. **Interaktywność:**

- Szkolenie zdalne ma charakter interaktywny. Trener prowadzi prezentacje, ale jednocześnie angażuje uczestników do zadawania pytań, dyskusji oraz rozwiązywania problemów teoretycznych.
- Podczas wykładów mogą być zadawane pytania, które weryfikują bieżącą wiedzę uczestników, co umożliwia szkoleniowcowi ocenę ich zrozumienia materiału.

1. **Warunki techniczne i wsparcie:**

- Instytucja szkoleniowa zapewnia wsparcie techniczne na wypadek problemów technicznych, takich jak problemy z połączeniem internetowym, dostępem do platformy czy z logowaniem.
- Przed rozpoczęciem szkolenia uczestnicy mogą skontaktować się z zespołem wsparcia technicznego, aby przetestować swoje połączenie i upewnić się, że są gotowi do udziału.

Kontakt



Weronika Waluś

E-mail wkachelpmu@gmail.com

Telefon (+48) 513 276 200