



INFORNET.EU  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚĆ  
CIĄ  
★★★★★ 5,0 / 5  
6 849 ocen

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

Numer usługi 2026/04/09/21358/3473160

📍 Przybrodzin  
🏢 Usługa szkoleniowa  
📄 stacjonarna  
🕒 32:00 h  
📅 22.06.2026 do 25.06.2026

7 911,36 PLN brutto  
6 432,00 PLN netto  
247,23 PLN brutto/h  
201,00 PLN netto/h  
284,58 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem

### Grupa docelowa usługi

Kompetencja przeznaczona jest dla 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

3

### Data zakończenia rekrutacji

21-06-2026

### Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

### Liczba godzin usługi

32

### Podstawa uzyskania wpisu do BUR

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

## Cel

### Cel edukacyjny

Uczestnik szkolenia nabeździe wiedzę na temat zjawiska greenwashingu, jego mechanizmów, stosowanych praktyk oraz obowiązujących regulacji prawnych i standardów rynkowych, a także rozwinię umiejętności analizy przekazów

marketingowych pod kątem rzetelności informacji środowiskowych, identyfikowania nieuczciwych praktyk oraz stosowania działań zapobiegających greenwashingowi w komunikacji przedsiębiorstwa.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Analizuje uwarunkowania prawne dotyczące komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju</p>	<p>-omawia regulacje krajowe i unijne w kontekście odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju                      -omawia krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu                      -opisuje obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju                      - opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Charakteryzuje zjawisko greenwashingu</p>	<p>-wyjaśnia definicję greenwashingu                      -omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing)                      -wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu                      -podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż                      -wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu                      -omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów                      -opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne)</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do środowiskowych aspektów produktów i usług</p>	<p>-wymienia typowe sformułowania stosowane w języku greenwashingu                      -wskazuje w komunikatach marketingowych (np. w reklamach, na etykietach) hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu                      -opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu                      -rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową</li> <li>-identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem</li> <li>-wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności</li> </ul>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
<p>Analizuje oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-wyjaśnia znaczenie oznaczeń odnoszących się do zgodności produktu, usługi lub działalności z zasadami zrównoważonego rozwoju</li> <li>-wymienia przykładowe oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zintegrowanego rozwoju</li> <li>-omawia kryteria świadczące o wiarygodności certyfikatów i znaków jakości w zakresie zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju</li> <li>-wymienia certyfikaty i znaki jakości, które nie spełniają kryteriów świadczących o wiarygodności certyfikatu lub znaku jakości</li> <li>-opisuje sposoby weryfikowania wiarygodności oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Analizuje działania podmiotu w kontekście postępowania zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-podaje przykłady działań zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju</li> <li>-wskazuje przykłady działań, które mogą świadczyć o stosowaniu przez podmiot greenwashingu</li> <li>-wymienia narzędzia do wykrywania działań o charakterze greenwashingu</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p>

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

## 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

## BLOK I

### Marketing i komunikacja w zielonej transformacji

#### 1. Marketing jako narzędzie komunikowania zrównoważonego rozwoju

- Rola marketingu w kształtowaniu postaw konsumenckich
- Marketing informacyjny, wizerunkowy i sprzedażowy
- Odpowiedzialność marketerów za treść przekazu
- Regulacje krajowe i unijne w kontekście komunikacji zrównoważonej
- ćwiczenie identyfikacji elementów komunikacji prośrodowiskowej

#### 2. Zrównoważony rozwój w strategii komunikacyjnej marki

- Integracja ESG z marketingiem
- Spójność deklaracji z rzeczywistymi działaniami
- analiza kampanii marketingowej

#### 3. Konsument i percepcja przekazów prośrodowiskowych

- Jak konsumenci interpretują komunikaty „zielone”
- Ryzyko uproszczeń i nadinterpretacji

#### 4. Zaufanie, reputacja i odpowiedzialność komunikacyjna

- Zaufanie jako kapitał marki
- Długofalowe skutki błędów komunikacyjnych
- ćwiczenie: analiza przypadku utraty reputacji

## BLOK II

### Rzetelność komunikacji i greenwashing

#### 1. Rzetelność informacji w marketingu

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

#### 2. Język i wizualne aspekty komunikacji prośrodowiskowej

- Sformułowania wysokiego ryzyka
- Nadużycia pojęć „eko”, „zielony”, „neutralny”
- Grafika, kolory, symbole jako sugestia ekologiczna
- Ćwiczenie: analiza materiałów marketingowych i wizualnych

#### 3. Greenwashing – definicja, przyczyny, formy

- Istota greenwashingu i jego skala w różnych branżach
- Greencrowding, greenlighting, greenlabeling, greenhushing
- Techniki i praktyki stosowane przez przedsiębiorstwa

- Ćwiczenie: rozpoznawanie przykładów greenwashingu

#### 4. Skutki greenwashingu

- Konsekwencje reputacyjne, prawne i finansowe
- Reakcje konsumentów i instytucji nadzorczych
- Ćwiczenie: analiza case study

### BLOK III

#### Certyfikaty, standardy i strategie przeciwdziałania

##### 1. Sygnały ostrzegawcze w komunikacji marketingowej

- Ogólniki, brak danych, nadmierne uproszczenia
- Słowa-klucze i wysokiego ryzyka
- Ćwiczenie: stworzenie checklisty sygnałów ostrzegawczych

##### 1. Certyfikaty, znaki jakości i standardy

- Typy certyfikatów i ich wiarygodność
- Fałszywe i mylące oznaczenia
- Kryteria oceny rzetelności

##### 1. Strategie unikania greenwashingu

- Minimalizowanie ryzyka w komunikacji marketingowej
- Spójność działań operacyjnych i komunikacyjnych
- Zasada „najpierw działanie, potem komunikacja”

##### 1. Długofalowe przeciwdziałanie greenwashingowi

- Edukacja zespołów i partnerów
- Budowanie kultury odpowiedzialnej komunikacji
- Współpraca z dostawcami
- Ćwiczenie: koncepcja stworzenia programu przeciwdziałania greenwashingowi

### BLOK IV

#### Monitoring, reagowanie i walidacja

##### 1. Monitoring komunikacji i reagowanie na krytykę

- Stała analiza treści i sygnałów ryzyka
- Zarządzanie kryzysem komunikacyjnym

##### 1. Procedury wewnętrzne i standardy

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

1. Podsumowanie szkolenia – najważniejsze zagadnienia oraz wnioski dotyczące przeciwdziałania greenwashingowi.

### BLOK V

##### 1. Sprawdzenie nabytej wiedzy - walidacja

- Test teoretyczny
- Zadania praktyczne - studium przypadków w formie pisemnej.

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 24

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 24 1. Marketing jako narzędzie komunikowania zrównoważonego rozwoju	Paweł Sobczak	22-06-2026	08:00	10:00	02:00
2 z 24 Przerwa	Paweł Sobczak	22-06-2026	10:00	10:30	00:30
3 z 24 2. Zrównoważony rozwój w strategii komunikacyjnej marki	Paweł Sobczak	22-06-2026	10:30	12:00	01:30
4 z 24 3. Konsument i percepcja przekazów prośrodowiskowych	Paweł Sobczak	22-06-2026	12:00	14:00	02:00
5 z 24 Przerwa	Paweł Sobczak	22-06-2026	14:00	14:30	00:30
6 z 24 4. Zaufanie, reputacja i odpowiedzialność komunikacyjna	Paweł Sobczak	22-06-2026	14:30	16:00	01:30
7 z 24 1. Rzetelność informacji w marketingu	Paweł Sobczak	23-06-2026	08:00	10:00	02:00
8 z 24 Przerwa	Paweł Sobczak	23-06-2026	10:00	10:30	00:30
9 z 24 2. Język i wizualne aspekty komunikacji prośrodowiskowej	Paweł Sobczak	23-06-2026	10:30	12:00	01:30
10 z 24 3. Greenwashing – definicja, przyczyny, formy	Paweł Sobczak	23-06-2026	12:00	14:00	02:00
11 z 24 Przerwa	Paweł Sobczak	23-06-2026	14:00	14:30	00:30
12 z 24 4. Skutki greenwashingu	Paweł Sobczak	23-06-2026	14:30	16:00	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>13 z 24</b> 1. Sygnały ostrzegawcze w komunikacji marketingowej	Paweł Sobczak	24-06-2026	08:00	10:00	02:00
<b>14 z 24</b> Przerwa	Paweł Sobczak	24-06-2026	10:00	10:30	00:30
<b>15 z 24</b> 2. Certyfikaty, znaki jakości i standardy	Paweł Sobczak	24-06-2026	10:30	12:30	02:00
<b>16 z 24</b> 3. Strategie unikania greenwashingu	Paweł Sobczak	24-06-2026	12:30	13:30	01:00
<b>17 z 24</b> Przerwa	Paweł Sobczak	24-06-2026	13:30	14:00	00:30
<b>18 z 24</b> 4. Długofalowe przeciwdziałanie greenwashingowi	Paweł Sobczak	24-06-2026	14:00	16:00	02:00
<b>19 z 24</b> 1. Monitoring komunikacji i reagowanie na krytykę	Paweł Sobczak	25-06-2026	08:00	10:00	02:00
<b>20 z 24</b> Przerwa	Paweł Sobczak	25-06-2026	10:00	10:30	00:30
<b>21 z 24</b> 2. Procedury wewnętrzne i standardy	Paweł Sobczak	25-06-2026	10:30	14:00	03:30
<b>22 z 24</b> Przerwa	Paweł Sobczak	25-06-2026	14:00	14:30	00:30
<b>23 z 24</b> Podsumowanie szkolenia – najważniejsze zagadnienia oraz wnioski dotyczące przeciwdziałania greenwashingowi	Paweł Sobczak	25-06-2026	14:30	15:00	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<span>24 z 24</span> Sprawdzenie nabytej wiedzy - walidacja	-	25-06-2026	15:00	16:00	01:00

## Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 911,36 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 432,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	247,23 PLN
Koszt osobogodziny netto	201,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Paweł Sobczak

Trener posiada ponad 5 lat doświadczenia w obszarze związanym z komunikacją marketingową oraz w obszarze zrównoważonego rozwoju, w tym praktyczne doświadczenie we wdrażaniu rozwiązań związanych ze zrównoważonym rozwojem i zieloną transformacją w przedsiębiorstwach. Od wielu lat prowadzi firmę specjalizującą się w usługach doradczych i rozwojowych dla przedsiębiorstw, mając na swoim koncie ponad 100 godzin szkoleń. Specjalizuje się w przygotowywaniu organizacji i pracowników do zmian w środowisku pracy wynikających z wdrażania rozwiązań proekologicznych, w tym w analizie potrzeb kompetencyjnych, planowaniu działań komunikacyjnych oraz angażowaniu zespołów w proces transformacji. Dzięki bogatemu doświadczeniu w prowadzeniu usług rozwojowych trener skutecznie łączy wiedzę teoretyczną z praktyką, wykorzystując metody aktywizujące, takie jak case study oraz ćwiczenia indywidualne i grupowe, co umożliwi uczestnikom efektywne przygotowanie się do samodzielnego zarządzania zmianami w przedsiębiorstwie.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dydaktyczne.

## Warunki uczestnictwa

Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć.

Ponadto, uzyskanie min. 80% punktów z testu wiedzy z zakresu tematycznego szkolenia oraz zaliczenie zadania praktycznego na poziomie co najmniej 80%.

Proces walidacji efektów uczenia się obejmuje zarówno test wiedzy, jak i zadanie praktyczne.

## Informacje dodatkowe

**Szkolenie odbywa się w godzinach zegarowych - 1 godz - 60min**

**Przerwy wliczają się w czas szkolenia.**

**Walidacja wliczona w czas szkolenia.**

**Walidacja wliczona w cenę szkolenia.**

Zapis na usługę tylko po wcześniejszym kontakcie z firmą szkoleniową.

**Zwolnienie z VAT na podstawie rozporządzenia MF z dnia 26.06.2025 poz. 832 (rozdział 2 par.3.ust.1 pkt 14) - dla osób, które mają min. 70% dofinansowania.**

## Adres

Przybrodzin 31/33  
62-430 Przybrodzin  
woj. wielkopolskie

## Kontakt



**Paweł Sobczak**

**E-mail** [biuro@szkoleniaunijne.eu](mailto:biuro@szkoleniaunijne.eu)

**Telefon** (+48) 798 932 003