



Specjalista ds. Zielonej Komunikacji Marki: Wprowadzenie do zastosowania sztucznej inteligencji w kontekście zrównoważonego rozwoju oraz kompetencji ekologicznych – szkolenie

6 211,50 PLN brutto
5 050,00 PLN netto
282,34 PLN brutto/h
229,55 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

2M PROMOTION
MAREK MRÓZ

★★★★★ 4,9 / 5

99 ocen

Numer usługi 2026/04/23/185978/3508916

📍 Katowice

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 22:00 h

📅 04.07.2026 do 05.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Osoby dorosłe (18+) pracujące lub planujące pracę w obszarze marketingu, komunikacji, PR, social media, zarządzania marką, a także właściciele firm i osoby odpowiedzialne za wdrażanie polityk ESG.

Szkolenie przeznaczone jest dla osób, które chcą w praktyce wdrażać zielone kompetencje oraz wykorzystywać narzędzia AI do projektowania komunikacji ograniczającej negatywny wpływ działań promocyjnych na środowisko.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

30

Data zakończenia rekrutacji

29-06-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

22

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

Szkolenia przygotowuje uczestnika do pełnienia roli Specjalisty ds. Zielonej Komunikacji Marki poprzez zdobycie wiedzy i umiejętności umożliwiających korzystanie z narzędzi opartych o sztuczną inteligencję, pomagające przyspieszać pracę poprzez automatyzację działań oraz wykorzystanie sztucznej inteligencji do optymalizacji procesów komunikacyjnych w sposób efektywny energetycznie i zasobooszczędny.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozróżnia pojęcia związane ze zrównoważonym rozwojem w komunikacji marki.	definiuje pojęcia: ESG, GOZ, zielone kompetencje, greenwashing,	Test teoretyczny
	wskazuje różnice między komunikacją odpowiedzialną a komunikacją wprowadzającą w błąd,	Test teoretyczny
	podaje przykłady działań zgodnych z zasadami transparentności.	Test teoretyczny
	wskazuje źródła zużycia zasobów w działaniach marketingowych,	Test teoretyczny
Identyfikuje wpływ działań marketingowych na środowisko.	opisuje działania ograniczające ślad środowiskowy komunikacji,	Test teoretyczny
	analizuje przykład komunikacji pod kątem ryzyka środowiskowego.	Test teoretyczny
Wykorzystuje narzędzia sztucznej inteligencji do tworzenia treści zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju.	tworzy komunikat marketingowy z wykorzystaniem narzędzia AI,	Analiza dowodów i deklaracji
	dostosowuje treść do zasad transparentności,	Analiza dowodów i deklaracji
	uzasadnia zastosowanie narzędzia w procesie komunikacyjnym.	Analiza dowodów i deklaracji
	opracowuje dokument zawierający cele komunikacyjne i zasady działania,	Analiza dowodów i deklaracji
	wskazuje mierniki efektywności działań komunikacyjnych,	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje podstawowe założenia zielonej komunikacji marki.	określa działania ograniczające zużycie zasobów.	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje zasady eliminowania greenwashingu w komunikacji.	identyfikuje elementy greenwashingu w przykładzie,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	koryguje komunikat zawierający nieprecyzyjne sformułowania,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje checklistę weryfikacyjną treści marketingowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uzasadnia znaczenie zielonej komunikacji w kontekście transformacji regionu.	wskazuje powiązanie działań komunikacyjnych z kierunkami RSI Województwa Śląskiego 2030,	Debata swobodna
	opisuje rolę komunikacji w procesie transformacji ekologicznej,	Debata swobodna
	proponuje działania wspierające zmianę modelu funkcjonowania organizacji.	Debata swobodna
Odpowiedzialnie stosuje narzędzia AI w komunikacji marketingowej z uwzględnieniem ich wpływu na środowisko oraz ryzyka greenwashingu.	identyfikuje ryzyka związane z nieetycznym wykorzystaniem AI w marketingu	Analiza dowodów i deklaracji
	wskazuje sposoby ograniczania greenwashingu w komunikacji marki	Analiza dowodów i deklaracji
	podejmuje decyzje marketingowe z uwzględnieniem zasad odpowiedzialności społecznej	Analiza dowodów i deklaracji
	uczestniczy w pracy zespołowej nad projektem komunikacji marki	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Współpracuje z innymi osobami przy opracowaniu koncepcji komunikacji marketingowej zgodnej z zasadami zrównoważonego rozwoju oraz odpowiedzialnego wykorzystania narzędzi sztucznej inteligencji.	prezentuje i uzasadnia proponowane rozwiązania komunikacyjne
uwzględnia zasady transparentnej komunikacji i ograniczania greenwashingu		Obserwacja w warunkach symulowanych

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

09:00–10:30 – Zrównoważony rozwój i zielona komunikacja

10:30–10:45 – Przerwa

10:45–12:15 – ESG, GOZ i kompetencje ekologiczne

12:15–12:30 – Przerwa

12:30–14:00 – Greenwashing – analiza przypadków

14:00–14:40 – Przerwa

14:40–16:10 – Wprowadzenie do AI w komunikacji

16:10–16:25 – Przerwa

16:25–17:15 – Warsztat: tworzenie treści z AI

DZIEŃ 2

09:00–10:30 – Optymalizacja procesów komunikacyjnych

10:30–10:45 – Przerwa

10:45–12:15 – Projektowanie modelu zielonej komunikacji

12:15–12:30 – Przerwa

12:30–13:35 – Praca warsztatowa nad dokumentem

13:35–14:15 – Przerwa

14:15–15:45 – Prezentacje projektów

15:45–16:00 – Przerwa

16:00–17:15 – Test końcowy + podsumowanie

Usługa realizowana jest w formie stacjonarnej w wymiarze 22 godzin lekcyjnych (22 × 45 minut), co stanowi 990 minut, tj. 16 godzin i 30 minut zegarowych.

Wskazany czas obejmuje zarówno zajęcia merytoryczne i warsztatowe, walidację i czas oczekiwania na walidację, jak i przerwy kawowe oraz jedną przerwę obiadową.

Przerwy są wliczone w całkowity czas trwania usługi.

Szkolenie realizowane jest w ciągu 2 dni.

Organizator zapewnia uczestnikom:

- sprzęt komputerowe lub możliwość pracy na własnym laptopie,
- dostęp do internetu,
- dostęp do narzędzi AI wykorzystywanych podczas zajęć,
- projektor multimedialny i ekran,
- materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej,
- wsparcie techniczne podczas części warsztatowej.

Warunkiem osiągnięcia efektów uczenia się jest aktywny udział w zajęciach oraz realizacja ćwiczeń praktycznych.

Zakres tematyczny usługi obejmuje:

1. Wprowadzenie do zielonej komunikacji marki

- Pojęcie zrównoważonego rozwoju w działalności przedsiębiorstw
- Zielone kompetencje w marketingu i komunikacji
- Znaczenie transparentności w budowaniu wiarygodności marki
- Powiązanie komunikacji z procesem transformacji gospodarczej regionu

2. ESG, GOZ i odpowiedzialność komunikacyjna

- Podstawy ESG w kontekście komunikacji marketingowej
- Gospodarka obiegu zamkniętego w działaniach promocyjnych
- Identyfikacja ryzyk reputacyjnych
- Greenwashing – definicja, przykłady, konsekwencje
- Analiza i korekta komunikatów wprowadzających w błąd

3. Wpływ działań marketingowych na środowisko

- Źródła zużycia zasobów w marketingu (druk, produkcja materiałów, digital)
- Ślad środowiskowy kampanii marketingowych
- Ograniczanie nadprodukcji treści
- Digitalizacja procesów komunikacyjnych
- Zasada „less waste marketing”

4. Wprowadzenie do zastosowania sztucznej inteligencji w kontekście zrównoważonego rozwoju

- Podstawy działania narzędzi AI
- Odpowiedzialne i etyczne wykorzystanie AI
- Tworzenie promptów do generowania treści zgodnych z zasadami ESG
- Optymalizacja procesów komunikacyjnych przy użyciu AI
- Ograniczanie liczby iteracji i zbędnych zasobów dzięki automatyzacji

5. Projektowanie modelu zielonej komunikacji marki

- Określenie celów komunikacyjnych
- Identyfikacja grupy docelowej
- Zasady transparentności i spójności przekazu
- Wskaźniki efektywności działań komunikacyjnych
- Plan wdrożeniowy w organizacji

6. Opracowanie dokumentu wdrożeniowego

Uczestnik opracowuje:

- założenia zielonej komunikacji marki,
- przykładowe komunikaty zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju,
- checklistę ograniczającą ryzyko greenwashingu,
- plan wykorzystania AI w procesach komunikacyjnych.

Walidacja obejmuje:

- test wiedzy w formie papierowej,
- ocenę projektu praktycznego,

- prezentację opracowanego dokumentu.

Ocena projektu dokonywana jest w oparciu o określone kryteria weryfikacji efektów uczenia się.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

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	6 211,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 050,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	282,34 PLN
Koszt osobogodziny netto	229,55 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

ALEKSANDRA MRÓZ

Specjalistka budowania marek i skutecznych kampanii w świecie online i offline – z doświadczeniem zdobytym w latach 2020–2025. Łączy kompetencje z zakresu marketingu, zarządzania, produkcji wideo i eventów.

Marketing & zarządzanie (2020–2025)

Od 2020 roku zrealizowała dziesiątki kampanii digitalowych jako ekspertka ds. social media, strategii komunikacyjnych i wdrażania marek osobistych oraz komercyjnych.

Specjalizuje się w wprowadzaniu nowych produktów na rynek – szczególnie w branży zoologicznej, zdrowotnej i beauty.

W ostatnich latach była odpowiedzialna za kompleksowe działania marketingowe kliniki medycyny estetycznej, a także współtworzyła kampanie promocyjne dla instytucji publicznych i firm prywatnych jako event managerka.

Media & produkcja (2020–2025)

Współtworzy wideo content: reklamy, teledyski, treści social media i kampanie wizerunkowe. Od 2021 roku regularnie występuje przed kamerą i prowadzi działania edukacyjne dla marek.

Dzięki doświadczeniu aktorskiemu (seriale, teatr) doskonale rozumie dynamikę pracy po obu stronach kamery, co przekłada się na profesjonalną produkcję i reżyserię treści.

Kreatywność & edukacja (2020–2025)

Absolwentka studiów z marketingu i zarządzania oraz podyplomowych studiów z zarządzania projektami. Obecnie rozwija kompetencje z zakresu administracji produkcji filmowej i telewizyjnej.

W 2025 roku ukończyła szkolenie „Gospodarka Obiegu Zamkniętego w MŚP” organizowane przez PARP – wdraża zrównoważone podejście do komunikacji i produkcji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Dodatkowe informacje:

Organizator w trakcie szkolenia stosuje metody aktywizujące: dyskusje moderowane, studia przypadków, analizę komunikatów, ćwiczenia projektowe przy komputerach, warsztaty tworzenia treści z wykorzystaniem AI, analizę przykładów greenwashingu oraz prezentacje uczestników.

Warunki organizacyjne:

Zajęcia realizowane są w jednej grupie bez podziału na podgrupy.

Organizator zapewnia stanowiska komputerowe z dostępem do internetu, dostęp do narzędzi AI wykorzystywanych podczas zajęć oraz materiały szkoleniowe niezbędne do realizacji usługi (w formie elektronicznej).

Organizator zapewnia dostępność usługi rozwojowej dla osób ze szczególnymi potrzebami zgodnie z obowiązującymi przepisami oraz dostosowuje warunki udziału do indywidualnych potrzeb uczestników.

Szkolenie trwa 22 godziny lekcyjne (22 jednostki po 45 minut każda), co stanowi 990 minut, tj. 16 godzin i 30 minut zegarowych. Przerwy kawowe i jedna przerwa obiadowa są wliczone w całkowity czas trwania usługi. Szkolenie realizowane jest w ciągu dwóch dni. Zajęcia teoretyczne 6 godzin zegarowych, zajęcia warsztatowe 6.45 godzin zegarowych.

W polu „Liczba godzin usługi” wymiar czasowy szkolenia wyrażony jest w godzinach dydaktycznych, gdzie jedna godzina równa się 45 minutom.

Informacje dodatkowe

Informacje dodatkowe

Usługa ma charakter wdrożeniowy, a nie wyłącznie szkoleniowy.

W trakcie szkolenia uczestnicy korzystają z narzędzi cyfrowych oraz rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji, wykorzystywanych w rzeczywistych procesach marketingowych oraz własnych procesach, co zwiększa efektywność usługi oraz wpływa na jej wartość rynkową.

Dostawca usług korzysta ze zwolnienia z VAT wynikającego z § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień.

Zwolnienie ma zastosowanie w związku z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego, które są finansowane w co najmniej 70% ze środków publicznych. Dostawca usług wystawi dokument księgowy ze stawką „zw.”.

Adres

ul. Józefa Pukowca 15
40-847 Katowice
woj. śląskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



ALEKSANDRA MRÓZ

E-mail aleksandraannamroz@gmail.com

Telefon (+48) 662 663 123