Możliwość dofinansowania

"FOUR J" Sp. z o.o.

4,7 / 5

10 814 ocen

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

Numer usługi 2026/04/29/13688/3522237

- Bydgoszcz
- Usługa szkoleniowa
- stacjonarna
- 46:00 h
- 13.07.2026 do 08.09.2026

14 145,00 PLN brutto
11 500,00 PLN netto
307,50 PLN brutto/h
250,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
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 , menadżerów, właścicieli i kadry kierowniczej . Ponadto kompetencja będzie przydatna dla osób zajmujących się zakupami /zamówieniami w przedsiębiorstwie.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	25
Data zakończenia rekrutacji	12-07-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	46
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

Celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w wiedzę i praktyczne umiejętności niezbędne do: odpowiedzialnego i zgodnego z prawem komunikowania działań w zakresie zrównoważonego rozwoju,

identyfikowania przejawów greenwashingu w komunikacji marketingowej,
analizowania rzetelności komunikatów marketingowych i zgodności informacji o produktach i usługach z rzeczywistością.

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
		Test teoretyczny
	Opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
Charakteryzuje zjawisko greenwashingu	Wyjaśnia definicję greenwashingu	Test teoretyczny
	Omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing)	Test teoretyczny
		Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu	Test teoretyczny
	Podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż	Analiza dowodów i deklaracji
		Analiza dowodów i deklaracji
	Wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu	Test teoretyczny
		Test teoretyczny
	Omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów	Test teoretyczny
		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
Analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do prośrodowiskowych aspektów produktów i usług	Wymienia typowe sformułowania stosowane w języku greenwashingu	Test teoretyczny
	Wskazuje w komunikatach marketingowych (np. w reklamach, na etykietach) hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji Analiza dowodów i deklaracji
	Opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu	Analiza dowodów i deklaracji Analiza dowodów i deklaracji
	Rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem	Analiza dowodów i deklaracji
Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami zawartymi w komunikacji marketingowej	Wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową	Analiza dowodów i deklaracji
	Identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem	Analiza dowodów i deklaracji
	Wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności	Test teoretyczny

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
	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 branżach well-being, i rozwoju osobistego

- - 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 uspójnianie 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 (6 godzin)

1. Pogłębiona analiza ryzyka

- - Rozpoznawanie słabych miejsc w systemie komunikacji marki.
  - Ocena działań konkurencji i benchmarków branżowych.

2. Studium porównawcze komunikacji

- - Analiza odrębności między sektorami.
  - Identyfikacja najlepszych praktyk w różnych branżach.

3. Monitorowanie komunikacji

- - Narzędzia kontroli jakości przekazów.
  - Systemy raportowania i reagowania na błędy.

4. Tworzenie wytycznych i procedur

- - Opracowanie checklist i instrukcji wewnętrznych.
  - Projektowanie długoterminowej strategii odpowiedzialnej komunikacji.

5. Warsztat: przekształcanie treści

- - Edytowanie marketingu tak, aby stał się w pełni zgodny z etyką i regulacjami.
  - Tworzenie przejrzystych opisów i haseł.

6. Walidacja

- - Test wiedzy i umiejętności.
  - Zadanie praktyczne: analiza i korekta wybranego komunikatu - studium przypadku w formie pisemnej.

Całkowita liczba godzin (46 godzin).

W pierwsze 5 dni zajęcia odbywają się w godz. 8:30–16:30, w tym 2 przerwy po 15 min i 1 przerwa 30 min (wliczone w czas szkolenia), 6 - tego dnia od 08:30 - 14:30 w tym 1 przerwa 15 min i 1 przerwa 30 min (wliczone w czas szkolenia).

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

Sala szkoleniowa wyposażona jest w:

− sala wykładowa spełniająca standardy jakości w zakresie realizacji usług szkoleniowych, dostosowana do liczby uczestników usługi ,

− sprzęt komputerowy dla trenera z dostępem do internetu − oprogramowanie umożliwiające prezentowanie treści oraz komunikacjęzdalną,

− 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.

Walidacja wliczona w czas i cenę szkolenia.

Usługa zakończona 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 efektów uczenia się przeprowadzona metodami:

− test teoretyczny (w formie pisemnej)

- Część zamknięta – 20 pytań jednokrotnego wyboru
- Część opisowa (otwarta) – 3 pytania problemowe

– studium przypadku (w formie pisemnej).

Kryteria zaliczenia testu:

- - min. 60% punktów z części zamkniętej,
  - spełnienie wszystkich wymaganych elementów odpowiedzi w części opisowej:

    poprawna identyfikacja problemu, logiczne uzasadnienie, spójne wnioski.

2. 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 (część zamknięta i opisowa),
  - arkusz oceny studium przypadku,
  - protokół z walidacji,

Szkolenie odbędzie się w sali nr 1

Warunki organizacyjne

W zależności od ilości uczestników , zajęcia praktyczne będą odbywały się w podziale na pięcioosobowe grupy.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 44

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 44 Rozpoznanie wstępne i wprowadzenie	Marta Szarogroder	13-07-2026	08:30	10:00	01:30
2 z 44 przerwa	Marta Szarogroder	13-07-2026	10:00	10:15	00:15
3 z 44 Regulacje i kontekst prawny	Marta Szarogroder	13-07-2026	10:15	12:30	02:15
4 z 44 Przerwa obiadowa	Marta Szarogroder	13-07-2026	12:30	13:00	00:30
5 z 44 Etyka iodpowiedzialność komunikacyjna	Marta Szarogroder	13-07-2026	13:00	14:30	01:30
6 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	13-07-2026	14:30	14:45	00:15
7 z 44 Ćwiczenia praktyczne	Marta Szarogroder	13-07-2026	14:45	16:30	01:45
8 z 44 Podstawygreenwashingu	Marta Szarogroder	14-07-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	14-07-2026	10:00	10:15	00:15
10 z 44 Greenwashing wbranżach well-being, i rozwojuosobistego	Marta Szarogroder	14-07-2026	10:15	12:30	02:15
11 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	14-07-2026	12:30	13:00	00:30
12 z 44 Konsekwencjegreenwashingu	Marta Szarogroder	14-07-2026	13:00	14:30	01:30
13 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	14-07-2026	14:30	14:45	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 44 Warsztatyanalityczne	Marta Szarogroder	14-07-2026	14:45	16:30	01:45
15 z 44 Wprowadzeniedo analizykomunikacji	Marta Szarogroder	15-07-2026	08:30	10:00	01:30
16 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	15-07-2026	10:00	10:15	00:15
17 z 44 Greenwashing wkomunikatach marketingowych, analiza treścireklamowych	Marta Szarogroder	15-07-2026	10:15	12:30	02:15
18 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	15-07-2026	12:30	13:00	00:30
19 z 44 Narzędziaoceny ryzykakomunikacyjnego	Marta Szarogroder	15-07-2026	13:00	14:30	01:30
20 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	15-07-2026	14:30	14:45	00:15
21 z 44 Warsztaty	Marta Szarogroder	15-07-2026	14:45	16:30	01:45
22 z 44 Systemycertyfikacji	Marta Szarogroder	06-09-2026	08:30	10:00	01:30
23 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	06-09-2026	10:00	10:15	00:15
24 z 44 Wiarygodność oznaczeń	Marta Szarogroder	06-09-2026	10:15	12:30	02:15
25 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	06-09-2026	12:30	13:00	00:30
26 z 44 Analizarzeczywistychcertyfikatów	Marta Szarogroder	06-09-2026	13:00	14:30	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
27 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	06-09-2026	14:30	14:45	00:15
28 z 44 Warsztat :Weryfikacja przekazów własnych	Marta Szarogroder	06-09-2026	14:45	16:30	01:45
29 z 44 Standardy dobrej komunikacji	Marta Szarogroder	07-09-2026	08:30	10:00	01:30
30 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	07-09-2026	10:00	10:15	00:15
31 z 44 Techniki zapobiegania greenwashingowi	Marta Szarogroder	07-09-2026	10:15	12:30	02:15
32 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	07-09-2026	12:30	13:00	00:30
33 z 44 Warsztat: tworzenie strategii komunikacji	Marta Szarogroder	07-09-2026	13:00	14:30	01:30
34 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	07-09-2026	14:30	14:45	00:15
35 z 44 Prezentacja i omówienie rezultatów	Marta Szarogroder	07-09-2026	14:45	16:30	01:45
36 z 44 Pogłębiona analiza ryzyka	Marta Szarogroder	08-09-2026	08:30	09:30	01:00
37 z 44 Studium porównawcze komunikacji	Marta Szarogroder	08-09-2026	09:30	10:00	00:30
38 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	08-09-2026	10:00	10:15	00:15
39 z 44 monitorowanie komunikacji	Marta Szarogroder	08-09-2026	10:15	11:00	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
40 z 44 tworzenie wytycznych i prcedur	Marta Szarogroder	08-09-2026	11:00	12:30	01:30
41 z 44 Przerwa	Marta Szarogroder	08-09-2026	12:30	13:00	00:30
42 z 44 Warsztat :przekształcanie treści	Marta Szarogroder	08-09-2026	13:00	13:30	00:30
43 z 44 walidacja - test teoretyczny	-	08-09-2026	13:30	14:00	00:30
44 z 44 walidacja - studium przypadku	-	08-09-2026	14:00	14:30	00:30

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	14 145,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	11 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	307,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3

1 z 3

Barbara Wentowska

Trener posiada kompetencje spełniające wymogi określone w §6 rozporządzenia 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). Doświadczenie w zakresie tematyki usługi: minimum 3 lata doświadczenia w obszarze związanym z komunikacją marketingową w obszarze zrównoważonego rozwoju – doświadczenie w zakresie realizacji usług rozwojowych: doświadczenie w prowadzeniu szkoleń - minimum 100 godzinOd 01.09.2023 do 12.12.2025 (102 h) przeprowadzała regularnie szkolenia dla przychodni „ Wilczak" Sp.z.o.o., oraz od 01.12.2023 do 30.11.2025 (101h) dla firmy Medycyna Komfortu Życia.

2 z 3

Joanna Wysocka-Pawlak

Trener posiada kompetencje spełniające wymogi określone w § 6 rozporządzenia Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023r w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe. Doświadczenie w zakresie tematyki usługi: minimum 3 lata doświadczenia w obszarze związanym z komunikacją marketingową w obszarze zrównoważonego rozwoju – doświadczenie w zakresie realizacji usług rozwojowych: doświadczenie w prowadzeniu szkoleń - minimum 100 godzin w wymienionej firmie- Kompas Spedycja Sp. z O.O
Psycholog z dyplomem MBA z zakresu HR. Licencjonowany trener Insight Discovery® i Harrison Assessments®. Od 2019 r. do teraz współpracuje z Kompas Spedycja Sp. z O.O. gdzie regularnie przeprowadza szkolenia w obszarze zrównoważonego rozwoju, zarządzania zmianą i budowania odpowiedzialności środowiskowej. W 2020 r. przeprowadziła szkolenie dla firmy RIMB Sp. z o.o. dla menadżerów i pracowników w zakresie wdrażania zmian środowiskowych oraz etycznego przejrzystego komunikowania działań proekologicznych z zakresu zielonej transformacji organizacji oraz odpowiedzialnej komunikacji w obszarze zrównoważonego rozwoju. W 2026 r. ukończyła szkolenie: Odpowiedzialne komunikowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju na Politechnice Bydgoskiej.

3 z 3

Marta Szarogroder

Posiada kompetencje spełniające wymogi określone w § 6rozporządzenia Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023r w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe. Doświadczenie w zakresie tematyki usługi: minimum 3 lata doświadczenia w obszarze związanym z komunikacją marketingową w obszarze zrównoważonego rozwoju – doświadczenie w zakresie realizacji usług rozwojowych: doświadczenie w prowadzeniu szkoleń - minimum 100 godzin. W 2019r. przeprowadziła szkolenie dla firmy Basen i Sauna Sp.zo.o, z przygotowania organizacji do zmian wynikających z wdrażania rozwiązań z zakresu zielonej transformacji oraz odpowiedzialnego komunikowania ozrównoważonym rozwoju, w tym identyfikowania i przeciwdziałania greenwashingowi. W 2023 r.realizowała usługi rozwojowe dla:Katarzyna Gapińska K.G.Styl Fryzjerstwo Damsko-Męskie,Natalia Bernat Hair & Make Up,Salon Fryzjerski Męski Dorota Traut,Dla Pań I Panów Fryzjerstwo I Kosmetyka Agnieszka Tomczyk,Zakład Fryzjerski Damsko-Męski Mariola Serafińska,Emilia Maliszewska Studio Fryzjerskie "Empire",Zakład Fryzjerski Damski - Marzena Szymczak,Salon Fryzjerski Kurzyńska Iwona,Pasja Fryzjerska Ewa Gołuńska,Studio Fryzur Przemysław Czechorowski,Allurr Studio Fryzjerskie,Salon Fryzjerski "Magic Trick" Paulina Kalinowska,Studio Fryzjerskie Vivi Wioleta Kozak. W 2025r.dla VancoInwestycje Sp. z o.o.W 2026 r. ukończyła: Odpowiedzialne komunikowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

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. Po zakończeniu udziału w szkoleniu z min. 80% obecnością oraz pozytywnej walidacji,

uczestnik otrzyma certyfikat i zaświadczenie o ukończeniu usługi. 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

Uczestnicy na szkoleniu otrzymają komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej obejmujący:

- **Skrypt szkoleniowy** „Odpowiedzialna komunikacja i greenwashing" zawierający podstawowe pojęcia, omówienie regulacji krajowych i unijnych, opis form greenwashingu oraz przykłady odpowiedzialnej komunikacji.
- **Zestaw ćwiczeń i kart pracy**, w tym: analiza rzeczywistych komunikatów marketingowych (reklamy, etykiety), karty do oceny zgodności produktów z przekazem marketingowym, lista kontrolna „Jak rozpoznać greenwashing?", karta pracy „Tworzymy transparentny komunikat marketingowy".
- **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.

Usługa realizowana jest zgodnie z wymogami Rozporządzenia Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe (Dz.U. 2023 poz. 1686) oraz minimalnymi wymaganiami określonymi w rekomendacji dla kompetencji:

„Odpowiedzialne komunikowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju, w tym identyfikowanie greenwashingu i przeciwdziałanie greenwashingowi"

Informacje dodatkowe

Szkolenie ma charakter praktyczno-warsztatowy. Zajęcia prowadzone są metodami aktywizującymi, takimi jak: analiza przypadków (case study), dyskusje moderowane, ćwiczenia indywidualne i grupowe, praca na przykładach komunikatów marketingowych. W trakcie zajęć uczestnicy poznają zasady odpowiedzialnej komunikacji marketingowej zgodnej z zasadami zrównoważonego rozwoju, nauczą się rozpoznawać greenwashing w przekazach reklamowych, analizować zgodność informacji z rzeczywistymi cechami produktu oraz tworzyć transparentne i wiarygodne komunikaty marketingowe.

Szkolenie kończy się **walidacją efektów uczenia się**, **(test + zadanie praktyczne)** .

Część I: test wiedzy – 20 pytań jednokrotnego wyboru, 3 pytania problemowe

Część II: studium przypadku w formie pisemnej

Pozytywny wynik walidacji stanowi podstawę do wydania **zaświadczenia potwierdzającego ukończenia szkol.**

Obecność uczestników na szkoleniu jest potwierdzona listą obecności.

Adres

ul. Chełmżyńska 12
85-459 Bydgoszcz
woj. kujawsko-pomorskie

Budynek 2-piętrowy w całości
Miejscowość Bydgoszcz, osiedle: Czyżkówko

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt

Justyna Gross

E-mail justyna.gross@zaremba-academy.com

Telefon (+48) 665 309 912