



BodyConnection  
Agata Olszewska-  
Sarapata

★★★★★ 4,9 / 5

765 ocen

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

Numer usługi 2026/04/29/34566/3523781

📍 Kraków

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 40:00 h

📅 08.07.2026 do 12.07.2026

12 300,00 PLN brutto

10 000,00 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**

Osoby odpowiedzialne lub osoby, którym przedsiębiorca zamierza powierzyć odpowiedzialność za:

- strategiczny rozwój przedsiębiorstwa (np. właściciele, managerowie strategiczny, członkowie zarządu, kadra kierownicza)
- planowanie strategiczne
- komunikację marketingową przedsiębiorstwa (np. specjaliści ds. reklamy, PR) oraz komunikację wewnętrzną lub HR
- dokonywanie zakupów w przedsiębiorstwach
- budowanie partnerstw
- pozyskiwanie nowych klientów

**Minimalna liczba uczestników**

1

**Maksymalna liczba uczestników**

8

**Data zakończenia rekrutacji**

07-07-2026

**Forma prowadzenia usługi**

stacjonarna

**Liczba godzin usługi**

40

**Podstawa uzyskania wpisu do BUR**

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do odpowiedzialnego komunikowania działań i usług w obszarze zrównoważonego rozwoju, rozpoznawania greenwashingu oraz wdrażania transparentnych, etycznych praktyk komunikacyjnych w organizacji. Udział w usłudze przygotowuje uczestników do samodzielnego identyfikowania, analizowania i przeciwdziałania praktykom greenwashingu w komunikacji marketingowej.

## 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	a. omawia regulacje krajowe i unijne w kontekście odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju b. omawia krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu c. opisuje obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju d. opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny  Wywiad ustrukturyzowany
	Charakteryzuje zjawisko greenwashingu	a. wyjaśnia definicję greenwashingu b. omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing) c. wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu d. podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż e. wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu f. omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów g. opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne)

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do środowiskowych aspektów produktów i usług</p>	<p>a. wymienia typowe sformułowania stosowane w języku greenwashingu  b. wskazuje w komunikatach marketingowych (np. w reklamach, na etykietach) hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu  c. opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu  d. rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Wywiad ustrukturyzowany</p>
<p>Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej</p>	<p>a. wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową  b. identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem  c. wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Wywiad ustrukturyzowany</p>
<p>Analizuje oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju</p>	<p>a. wyjaśnia znaczenie oznaczeń odnoszących się do zgodności produktu, usługi lub działalności z zasadami zrównoważonego rozwoju  b. wymienia przykładowe oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zintegrowanego rozwoju  c. omawia kryteria świadczące o wiarygodności certyfikatów i znaków jakości w zakresie zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>d. wymienia certyfikaty i znaki jakości, które nie spełniają kryteriów świadczących o wiarygodności certyfikatu lub znaku jakości  e. opisuje sposoby weryfikowania wiarygodności oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Wywiad ustrukturyzowany</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Analizuje działania podmiotu w kontekście postępowania zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju</p> <p>Stosuje strategie unikania greenwashingu</p>	<p>a. podaje przykłady działań zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju</p> <p>b. wskazuje przykłady działań, które mogą świadczyć o stosowaniu przez podmiot greenwashingu</p> <p>c. wymienia narzędzia do wykrywania działań o charakterze greenwashingu</p>	Test teoretyczny
	<p>a. opisuje metody minimalizowania ryzyka występowania greenwashingu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa</p> <p>b. opisuje przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju</p> <p>c. omawia standardy i dobre praktyki dotyczące odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju</p> <p>d. wymienia działania i mechanizmy sprzyjające budowaniu odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju</p> <p>e. określa kryteria wyboru dostawców, wykonawców, usługodawców w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu</p> <p>f. określa cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu</p>	Wywiad ustrukturyzowany
<p>Realizuje działania z zakresu przeciwdziałania greenwashingowi</p>	<p>a. rozpoznaje sygnały ostrzegawcze, nieuczciwe praktyki przedsiębiorców i naruszenia przepisów w zakresie greenwashingu</p> <p>b. wymienia instytucje, które przyjmują zgłoszenia w zakresie stosowania greenwashingu</p>	Test teoretyczny
	<p>c. opisuje rolę Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz innych instytucji w przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom o charakterze greenwashingu</p> <p>d. opisuje procedury zgłaszania działań mających znamiona greenwashingu</p>	Wywiad ustrukturyzowany

# 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: Kontekst prawny i etyczny komunikacji w zrównoważonym rozwoju

#### Cele dnia:

- Zrozumienie uwarunkowań prawnych i regulacji dotyczących komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju.
- Poznanie obowiązków i zakresu odpowiedzialności przedsiębiorstw wobec konsumentów.

#### Treści:

- Regulacje krajowe i unijne dotyczące komunikacji w obszarze zrównoważonego rozwoju
- Prawne aspekty greenwashingu
- Obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania
- Odpowiedzialność prawna i wizerunkowa wobec klientów

#### Metody i formy pracy:

- Miniwykład z prezentacją (Teoria)
- Dyskusja moderowana (Praktyka)
- Analiza przypadków naruszeń (Praktyka)

Teoria: 3h, Praktyka: 5h

### Dzień 2: Greenwashing – mechanizmy, przyczyny i formy

#### Cele dnia:

- Poznanie definicji i odmian greenwashingu.
- Identyfikacja przyczyn oraz skutków stosowania greenwashingu.

#### Treści:

- Definicje i formy greenwashingu (greencrowding, greenlighting, greenshifting, itp.)
- Przyczyny i motywacje stosowania greenwashingu
- Skutki: wizerunkowe, finansowe i prawne
- Przykłady z branży.

### **Metody i formy pracy:**

- Miniwykład (Teoria)
- Praca w grupach: analiza przykładów komunikacji z branży (Praktyka)
- Dyskusja nad konsekwencjami (Praktyka)
- Studium przypadku (Praktyka)

Teoria: 3h, Praktyka: 5h

### **Dzień 3: Analiza komunikatów marketingowych i identyfikacja sygnałów greenwashingu**

#### **Cele dnia:**

- Rozpoznawanie greenwashingu w komunikacji marketingowej.
- Identyfikacja technik i języka greenwashingu.

#### **Treści:**

- Typowe sformułowania i obrazy stosowane w greenwashingu
- Analiza reklam, etykiet, stron internetowych
- Identyfikacja niezgodności między treścią komunikatu a rzeczywistością
- Praca na przykładach z branży

### **Metody i formy pracy:**

- Krótki wstęp teoretyczny (Teoria)
- Analiza komunikatów marketingowych (Praktyka)
- Tworzenie mapy ryzyka komunikacyjnego (Praktyka)
- Miniwarsztat: „Jak mówić o ekologii bez greenwashingu” (Praktyka)

Teoria: 2h, Praktyka: 6h

### **Dzień 4: Certyfikaty, oznaczenia i transparentność w komunikacji**

#### **Cele dnia:**

- Umiejętność oceny wiarygodności oznaczeń i certyfikatów.
- Analiza zgodności produktów i usług z przekazem marketingowym.

#### **Treści:**

- Rodzaje certyfikatów i znaków jakości w zrównoważonym rozwoju
- Kryteria wiarygodności i sposoby ich weryfikacji
- Analiza przypadków wątpliwych certyfikatów
- Narzędzia do wykrywania greenwashingu

### **Metody i formy pracy:**

- Miniwykład (Teoria)
- Praca z przykładami certyfikatów i etykiet (Praktyka)
- Warsztat: weryfikacja przekazów promocyjnych własnych produktów/usług (Praktyka)
- Dyskusja i wymiana doświadczeń (Praktyka)

Teoria: 3h, Praktyka: 5h

### **Dzień 5: Strategie przeciwdziałania greenwashingowi i walidacja**

#### **Cele dnia:**

- Tworzenie odpowiedzialnych strategii komunikacyjnych.
- Opracowanie działań anti-greenwashingowych w praktyce własnej działalności.
- Sprawdzenie poziomu wiedzy i umiejętności uczestników.

#### **Treści:**

- Strategie unikania greenwashingu w komunikacji
- Standardy i dobre praktyki transparentnego marketingu
- Procedury reagowania na naruszenia i nieuczciwe praktyki

- Walidacja efektów uczenia się (test + analiza przypadków)

#### Metody i formy pracy:

- Miniwykład (Teoria)
- Warsztat strategiczny: opracowanie komunikacji organizacji (Praktyka)
- Prezentacja i omówienie projektów uczestników (Praktyka)
- Walidacja (test teoretyczny + studium przypadku)

Teoria: 2h, Praktyka 4h, Walidacja 2h

#### Informacje dodatkowe:

1. W ramach wszystkich tematów zaplanowanych na szkoleniu wykorzystywane będą techniki i metody pozwalające na rozwój umiejętności: ćwiczenia, dyskusje, testy, scenki, case study, wykłady, w szczególności case study, ćwiczenia do samodzielnego lub grupowego wykonania przez uczestników usługi.
  2. Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.
  3. Usługa obejmuje 16 godzin teorii oraz 22 godziny praktyki.
  4. Godzina usługi wynosi 45 min (godzina dydaktyczna). Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.
  5. Usługa zostanie 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).
  6. Walidacja.
- usługi jest wliczona do procesu kształcenia, a tym samym do czasu trwania usługi rozwojowej zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie regulacjami. Metody walidacji: test teoretyczny oraz ćwiczenie praktyczne - studium przypadku w formie pisemnej.
  - Dostawca Usług zapewnia warunki organizacyjne wraz z niezbędnymi materiałami do prawidłowego przeprowadzenia walidacji. Przyjęte metody walidacji w pełni pozwalają na sprawdzenie uzyskania przez uczestnika oczekiwanych kompetencji w obszarze wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne. Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie.
1. Warunkiem uzyskania certyfikatu/zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć oraz zaliczenia zajęć w formie uzyskania wyniku pozytywnego min. 75% punktów z walidacji.
  2. Fakt uczestnictwa w szkoleniu oraz walidacji zostanie potwierdzony listą obecności.
  3. Usługa nie jest świadczona przez podmiot, z którym pracodawca lub delegowany pracownik korzystający ze wsparcia są powiązani kapitałowo lub osobowo. Usługa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Beneficjenta lub partnera w danym projekcie.

## 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	12 300,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	10 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	307,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### AGATA OLSZEWSKA-SARAPATA

Trener, certyfikowany coach (MCC ICF), dyplomowany psycholog. Właścicielka firmy od 2010 r. Ma wieloletnie doświadczenie we współpracy z biznesem w zakresie analizy funkcjonowania organizacji, badania potrzeb kadry zarządzającej i pracowników, projektowania i realizacji programów rozwojowych. Ma wieloletnie doświadczenie w realizacji szkoleń, coachingu, mentorcoachingu, wsparcia psychologicznego dla menadżerów i pracowników organizacji. 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. Trener posiada minimum 3 lata doświadczenia w obszarze związanym z komunikacją marketingową, w tym w obszarze zrównoważonego rozwoju, jak również doświadczenie w zakresie realizacji usług rozwojowych w ilości minimum 100 h .

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe formie skryptu (wydruk) oraz workbook do procesu rozwojowego.

Organizator usługi zapewnia uczestnikom:

- zestaw ćwiczeń praktycznych, pozwalających nabyć i utrwalić zakładane efekty uczenia się, a także na bieżąco weryfikować nabywane umiejętności,
- wyposażenie pozwalające na krótką prezentację efektów ćwiczeń przez uczestników usługi rozwojowej
- dostęp do aktów prawnych w zakresie zielonej transformacji
- oprogramowanie umożliwiające prezentowanie treści oraz komunikację zdalną ( w przypadku szkolenia online)

### Warunki uczestnictwa

1. Zapis na usługę z wykorzystaniem odpowiedniego ID wsparcia
2. Obecność na zajęciach - minimum 80% czasu trwania całej usługi rozwojowej
3. Przystąpienie do walidacji
4. Wypełnienie ankiet oceniających usługę
5. Zwolnienie z VAT w przypadku dofinansowania w wysokości min 70%.

## Informacje dodatkowe

1. Warunki niezbędne do osiągnięcia celu głównego są jednocześnie warunkami do otrzymania przez Uczestnika zaświadczenia o ukończeniu udziału w usłudze rozwojowej. Warunkiem uzyskania zaświadczenia/ certyfikatu jest uczestnictwo w co najmniej **80%** zajęć usługi rozwojowej oraz przystąpienie do walidacji. Zaplanowano przerwy, które nie są wliczone w czas trwania szkolenia. Po zakończeniu udziału w usłudze rozwojowej i spełnieniu założonych wymogów (szkoleniu), uczestnik otrzymuje odpowiednie zaświadczenie/certyfikat o jej ukończeniu oraz zobowiązują się do wypełnienia ankiety oceny szkolenia w BUR.
2. Usługodawca nie jest podmiotem pełniącym funkcję Beneficjenta lub partnera w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FER.
3. Podstawa zwolnienia z podatku VAT (w związku ze stawką VAT zw.): § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2013r.

## Adres

ul. Powroźnicza 6/2  
30-307 Kraków  
woj. małopolskie

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

## Kontakt



**AGATA OLSZEWSKA-SARAPATA**

**E-mail** [coaching.agata.olszewska@gmail.com](mailto:coaching.agata.olszewska@gmail.com)

**Telefon** (+48) 668 820 300