



## Transparentna i odpowiedzialna komunikacja w obszarze zrównoważonego rozwoju oraz identyfikowanie i przeciwdziałanie zjawisku greenwashingu

Numer usługi 2026/04/30/15618/3526108

11 000,00 PLN brutto  
11 000,00 PLN netto  
250,00 PLN brutto/h  
250,00 PLN netto/h  
284,58 PLN cena rynkowa ⓘ

SNH Magdalena  
Kaźmierczak -  
Polowczyk

★★★★★ 4,9 / 5

5 938 ocen

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 44:00 h
- 📅 08.07.2026 do 15.07.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Usługa skierowana jest do osób odpowiedzialnych lub osób, którym przedsiębiorca zamierza powierzyć: 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 oraz pozyskiwanie nowych klientów.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	10
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	25
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	07-07-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	44
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa pn. Transparentna i odpowiedzialna komunikacja w obszarze zrównoważonego rozwoju oraz identyfikowanie i przeciwdziałanie zjawisku greenwashingu przygotowuje do odpowiedzialnego komunikowania w zakresie

zrównoważonego rozwoju, w tym identyfikowania i przeciwdziałania zjawisku greenwashingu w działaniach marketingowych i komunikacyjnych 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</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>omawia krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>opisuje obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>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</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing)</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów</p> <p>opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne)</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>

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>wymienia typowe sformułowania stosowane w języku greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wskazuje w komunikatach marketingowych (np. w reklamach, na etykietach) hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu</p> <p>opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
	<p>rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej</p>	<p>wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową</p> <p>identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem</p>
<p>wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności</p>		<p>Test teoretyczny</p>

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	Test teoretyczny

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	Test teoretyczny
	określa kryteria wyboru dostawców, wykonawców, usługodawców w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	określa cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
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	Test teoretyczny
	opisuje procedury zgłaszania działań mających znamiona greenwashingu	Test teoretyczny

# 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

Usługa skierowana jest do osób odpowiedzialnych lub osób, którym przedsiębiorca zamierza powierzyć: 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 oraz pozyskiwanie nowych klientów, którzy chcą podnieść swoje kompetencje w zakresie zrównoważonego rozwoju, identyfikowania greenwashingu oraz przeciwdziałania nieuczciwym praktykom marketingowym.

### Greenwashing i świadoma konsumpcja: definicje, znaczenie oraz podstawy prawne

1. Test początkowy. Przedstawienie trenera, przedstawienie się uczestników, program, zasady współpracy.
2. Wprowadzenie do szkolenia – cele oraz kompetencje, które zostaną nabyte podczas szkolenia.
3. Definicja i znaczenie greenwashingu.
4. Formy greenwashingu: greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing.
5. Definicja i znaczenie świadomej konsumpcji.
6. Ćwiczenie.
7. Skąd bierze się presja dotycząca fałszowania danych produktów i usług i czy łatwo jest odbudować zaufanie klientów.
8. Przyczyny występowania i stosowania greenwashingu w różnych branżach.
9. Przykłady działań noszące znamiona greenwashingu: najczęściej stosowane techniki i praktyki
10. Skutki stosowania greenwashingu dla wizerunku, finansów, prawa i relacji z klientami w przedsiębiorstwie.
11. Ćwiczenie.
12. Podstawy prawne: Krajowe i unijne regulacje prawne dot. komunikacji marketingowej w obszarze ESG, greenwashingu i świadomości konsumenckiej.
13. Obowiązki przedsiębiorstwa i odpowiedzialność wobec prawa.
14. Zakres działań i roli UOKiK i pozostałych instytucji w zapobieganiu greenwashingowi.
15. Analiza komunikacji marketingowej - identyfikacja elementów greenwashingu: analiza 3 reklam: greenwashing czy rzetelna komunikacja?
16. Dyskusja: kiedy „zielona” narracja wprowadza w błąd, a kiedy jest autentyczna?
17. Podsumowanie dnia: pytania i odpowiedzi.

### Analiza i weryfikacja komunikatów: jak umiejętnie rozpoznać zagrożenia i nieuczciwe praktyki

1. 1. Typowe hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu
2. Komunikaty marketingowe będące greenwashingiem.
3. Analiza języka reklam i etykiet.
4. Ćwiczenie.

5. Przykłady z rynku polskiego i światowego.
6. Omówienie narzędzi do oceny wiarygodności przekazu.
7. Co zrobić, gdy zostanie stwierdzona niezgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej.
8. Ćwiczenie.
9. Weryfikacja zgodności produktów/usług z deklaracjami marketingowymi.
10. Kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową.
11. Metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności.
12. Ćwiczenie.
13. Analiza oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości.
14. Wiarygodne i niewiarygodne oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność lub niezgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zrównoważonego rozwoju.
15. Jak sprawdzić autentyczność oznaczeń.
16. Ćwiczenie.
17. Podsumowanie dnia: pytania i odpowiedzi.

### Strategia unikania greenwashingu

1. 1. Standardy i dobre praktyki, przejrzysta komunikacja w ramach kontroli jakości, rozwoju, komunikacji i poprawnego wizerunku.
2. Przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju.
3. Ćwiczenie.
4. Metody minimalizacji ryzyka greenwashingu: Audyt wewnętrzny i zewnętrzny, Weryfikacja dostawców i partnerów, Kryteria wyboru produktów/usług.
5. Ćwiczenie.
6. Budowanie kultury odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwie.
7. Mechanizmy angażowania pracowników w zakresie odpowiedzialności w obszarze przeciwdziałania greenwashingowi.
8. Ćwiczenie.
9. Opracowanie planu komunikacji marketingowej zgodnego z ESG w obszarze: Środowisko (emisja CO<sub>2</sub>, ślad węglowy, energia odnawialna, opakowania ekologiczne), Społeczeństwo (działania na rzecz lokalnej społeczności, równość płci, bezpieczeństwo i dobrostan fizyczny i psychiczny pracowników, dokładna i zrozumiała edukacja), Ład korporacyjny (przejrzystość raportowania, etyka w biznesie, przeciwdziałanie korupcji, odpowiedzialny i wiarygodny łańcuch dostawców i odbiorców).
10. Ćwiczenie.
11. Podsumowanie dnia: pytania i odpowiedzi.
12. Sygnały ostrzegawcze i nieuczciwe praktyki dotyczące naruszeń przepisów w zakresie greenwashingu: jak szybko je wykrywać.
13. Lista kontrolna „wczesnego ostrzegania” dla działu marketingu.
14. Ćwiczenie.
15. Procedury i działania, które powinny być wszczęte w przypadku podejrzenia greenwashingu.
16. Rola UOKiK, Komisji Europejskiej, organizacji branżowych i pozarządowych (NGO) w przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom o charakterze greenwashingu.
17. Ćwiczenie.
18. Opracowanie procedury przeciwdziałania greenwashingowi w przedsiębiorstwie.
19. Włączenie osób z zewnątrz (inwestorów, klientów, partnerów) w proces monitorowania.
20. Ćwiczenie: uczestnicy reagują na hipotetyczne zgłoszenie greenwashingu w przedsiębiorstwie.
21. Ćwiczenie.
22. Refleksje po szkoleniu.
23. Podsumowanie dnia: pytania i odpowiedzi. Ankieta ewaluacyjna
24. Test końcowy: walidacja.

Szkolenie zdalne w czasie rzeczywistym poprzez platformę ZOOM.US

Szkolenie prowadzone jest w godzinach dydaktycznych (1 godzina = 45min.)

W procesie szkoleniowym zostały zaplanowane przerwy, które nie są wliczane do procesu kształcenia oraz walidacja, która jest wliczona do czasu trwania usługi rozwojowej i procesu kształcenia.

Usługa przeprowadzana będzie w formie online, bez podziału na grupy. Uczestnicy mają możliwość korzystania zarówno z kamery jak i mikrofonu. Pytania można również zadawać za pomocą czatu.

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 32

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 32</b> Test początkowy. Przedstawienie trenera, przedstawienie się uczestników, program, zasady współpracy.	Katarzyna Szulc	08-07-2026	08:00	08:45	00:45
<b>2 z 32</b> Wprowadzenie do szkolenia – cele oraz kompetencje, które zostaną nabyte podczas szkolenia. Definicja i znaczenie greenwashingu. Wykład, rozmowa na żywo	Katarzyna Szulc	08-07-2026	08:45	09:30	00:45
<b>3 z 32</b> Formy greenwashingu: greencrowding, greenlighting, greenshifting. greenlabeling, greenrinsing, greenhushing. Definicja i znaczenie świadomej konsumpcji. Ćwiczenie, rozmowa na żywo.	Katarzyna Szulc	08-07-2026	09:30	10:15	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p><b>4 z 32</b> Skąd bierze się presja dotycząca fałszowania danych produktów i usług i czy łatwo jest odbudować zaufanie klientów. Przyczyny występowania i stosowania greenwashingu w różnych branżach.</p>	Katarzyna Szulc	08-07-2026	10:15	11:00	00:45
<p><b>5 z 32</b> Przykłady działań noszące znamiona greenwashingu: najczęściej stosowane techniki i praktyki Skutki stosowania greenwashingu dla wizerunku, finansów, prawa i relacji z klientami Ćwiczenie</p>	Katarzyna Szulc	08-07-2026	11:00	11:45	00:45
<p><b>6 z 32</b> Podstawy prawne: Krajowe i unijne regulacje prawne dot. komunikacji marketingowej w obszarze ESG, greenwashingu i świadomości konsumenckiej. Obowiązki przedsiębiorstwa i odpowiedzialność wobec prawa.</p>	Katarzyna Szulc	08-07-2026	11:45	12:30	00:45
<p><b>7 z 32</b> Przerwa</p>	Katarzyna Szulc	08-07-2026	12:30	12:45	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p><b>8 z 32</b> Zakres działań i roli UOKiK i pozostałych instytucji w zapobieganiu greenwashingowi . Wykład, rozmowa na żywo</p>	Katarzyna Szulc	08-07-2026	12:45	14:15	01:30
<p><b>9 z 32</b> Analiza komunikacji marketingowej - analiza 3 reklam: greenwashing czy rzetelna komunikacja? Wykład, rozmowa ćwiczenieDyskusja: kiedy „zielona” narracja wprowadza w błądPodsumowanie dnia</p>	Katarzyna Szulc	08-07-2026	14:15	15:45	01:30
<p><b>10 z 32</b> Typowe hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu. Wykład, rozmowa na żywo, ćwiczenie</p>	Katarzyna Szulc	09-07-2026	08:00	08:45	00:45
<p><b>11 z 32</b> Komunikaty marketingowe będące greenwashingiem. Analiza języka reklam i etykiet. Ćwiczenie.</p>	Katarzyna Szulc	09-07-2026	08:45	10:15	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p><b>12 z 32</b> Przykłady z rynku polskiego i światowego. Omówienie narzędzi do oceny wiarygodności przekazu. Wykład, rozmowa na żywo, ćwiczenie</p>	Katarzyna Szulc	09-07-2026	10:15	11:00	00:45
<p><b>13 z 32</b> Co zrobić, gdy zostanie stwierdzona niezgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej. Ćwiczenie.</p>	Katarzyna Szulc	09-07-2026	11:00	11:45	00:45
<p><b>14 z 32</b> Weryfikacja zgodności produktów/usług z deklaracjami marketingowymi. Kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową.</p>	Katarzyna Szulc	09-07-2026	11:45	12:30	00:45
<p><b>15 z 32</b> Przerwa</p>	Katarzyna Szulc	09-07-2026	12:30	12:45	00:15
<p><b>16 z 32</b> Metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności. Ćwiczenie.</p>	Katarzyna Szulc	09-07-2026	12:45	14:15	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p><b>17 z 32</b> Analiza oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości. Jak sprawdzić autentyczność oznaczeń. Ćwiczenie. Podsumowanie</p>	Katarzyna Szulc	09-07-2026	14:15	15:45	01:30
<p><b>18 z 32</b> Standardy i dobre praktyki, przejrzysta komunikacja w ramach kontroli jakości, rozwoju, komunikacji i poprawnego wizerunku.</p>	Aleksandra Szulc	10-07-2026	08:00	09:30	01:30
<p><b>19 z 32</b> Przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju. Ćwiczenie.</p>	Aleksandra Szulc	10-07-2026	09:30	11:00	01:30
<p><b>20 z 32</b> Metody minimalizacji ryzyka greenwashingu: Audyt wewnętrzny i zewnętrzny, Weryfikacja dostawców i partnerów, Kryteria wyboru produktów/usług . Ćwiczenie.</p>	Aleksandra Szulc	10-07-2026	11:00	12:30	01:30
<p><b>21 z 32</b> Przerwa</p>	Aleksandra Szulc	10-07-2026	12:30	12:45	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p><b>22 z 32</b></p> <p>Budowanie kultury odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji. marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwie.</p>	Aleksandra Szulc	10-07-2026	12:45	13:30	00:45
<p><b>23 z 32</b></p> <p>Mechanizmy angażowania pracowników w zakresie odpowiedzialności w obszarze przeciwdziałania greenwashingowi.</p> <p>Ćwiczenie. Podsumowanie dnia: pytania i odpowiedzi.</p>	Aleksandra Szulc	10-07-2026	13:30	15:45	02:15
<p><b>24 z 32</b></p> <p>Sygnaly ostrzegawcze i nieuczciwe praktyki dotyczące naruszeń przepisów w zakresie greenwashingu: jak szybko je wykrywać.</p>	Aleksandra Szulc	14-07-2026	08:00	08:45	00:45
<p><b>25 z 32</b></p> <p>Lista kontrolna „wczesnego ostrzegania” dla działu marketingu. Ćwiczenie.</p>	Aleksandra Szulc	14-07-2026	08:45	10:15	01:30
<p><b>26 z 32</b></p> <p>Procedury i działania, które powinny być wszczęte w przypadku podejrzenia greenwashingu.</p>	Aleksandra Szulc	14-07-2026	10:15	11:00	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
27 z 32 Rola UOKiK, Komisji Europejskiej, organizacji branżowych i pozarządowych (NGO) w przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom o charakterze greenwashingu. Ćwiczenie.	Aleksandra Szulc	14-07-2026	11:00	12:30	01:30
28 z 32 Przerwa	Aleksandra Szulc	14-07-2026	12:30	12:45	00:15
29 z 32 Opracowanie procedury przeciwdziałania greenwashingowi w przedsiębiorstwie.	Aleksandra Szulc	14-07-2026	12:45	13:30	00:45
30 z 32 Włączenie osób z zewnątrz (inwestorów, klientów, partnerów) w proces monitorowania. Ćwiczenie: uczestnicy reagują na hipotetyczne zgłoszenie greenwashingu w przedsiębiorstwie.	Aleksandra Szulc	14-07-2026	13:30	15:45	02:15
31 z 32 Refleksje po szkoleniu. Podsumowanie: pytania i odpowiedzi. Ankieta ewaluacyjna	Aleksandra Szulc	15-07-2026	08:00	09:30	01:30
32 z 32 Test końcowy: walidacja.	-	15-07-2026	09:30	11:00	01:30

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	11 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	11 000,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	250,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	250,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

### Katarzyna Szulc

Posiada wieloletnie doświadczenie w prowadzeniu wewnętrznych i zewnętrznych projektów dla firm, wspomagających skuteczną komunikację w obszarze zrównoważonego rozwoju i HACCP. Ekspertka odpowiedzialna za wdrażanie i audytowanie strategii polegających na promowaniu produktów, usług i rozwiązań, które uwzględniają aspekty ekologiczne i społeczne, ale również związane z bezpieczeństwem żywności, ochroną środowiska i zdrowiem. Absolwentka Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu na kierunku: Filologia polska. Certyfikowany pełnomocnik i specjalista HACCP (Certyfikat wydany przez Global Head of Training Lloyd's Register, nr certyfikatu GDK 0006796/0692\_6, wydany 11.05.2021 r.). W 2024 roku uzyskany tytuł zawodowy Inspektora ds. BHP. Jest praktykiem w zakresie Lean Management tworzenia procesów biznesowych, wdrażania rozwiązań Kaizen, Ukończyła wiele kursów, m.in. „5S – szkolenie z Ekspertem”, "Kurs Komunikacji empatycznej i aktywnego słuchania", „Raportowanie ESG w praktyce”, „Zrównoważony marketing w praktyce”. Trener posiada minimum 3-letnie doświadczenie w obszarze związanym z komunikacją marketingową w obszarze zrównoważonego rozwoju, a także wieloletnie doświadczenie w zakresie realizacji usług rozwojowych (zrealizowanie ponad 1000 godzin kursów i warsztatów). Trener posiada kompetencje spełniające wymogi określone w §6 rozporządzenia MFIPR z dnia 28 lipca 2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe (Dz.U. z 2023 r. poz 1686).



2 z 2

### Aleksandra Szulc

Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu (licencjat: Handel i Marketing, magister: Komunikacja w biznesie). Prowadzi własną działalność gospodarczą. Od wielu lat działa na styku marketingu, social mediów oraz HR, łącząc perspektywę biznesową z pracą z ludźmi. Jest współtwórczynią profilu Foodhunterki na Instagramie (ok. 30 tys. obserwujących), co przełożyło się na praktyczne doświadczenie w budowaniu marek i komunikacji. Współtworzy markę Kulinarne Kamienica w Poznaniu, odpowiadając za marketing i social media, oraz realizuje działania dla innych firm. Doświadczenie HR zdobywała m.in. w Soltex Holding, ASTAT oraz YES Biżuteria, gdzie

odpowiadała za rekrutację, szkolenia i employer branding. Prowadzi szkolenia z komunikacji, feedbacku i zarządzania przedsiębiorstwem. Specjalizuje się w organizacji pracy i usprawnianiu procesów, wykorzystując podejście Kaizen oraz elementy 5S i Lean Management. W ostatnich latach rozwija się w obszarze ESG, koncentrując się na transparentnej i odpowiedzialnej komunikacji. Wspiera organizacje w tworzeniu autentycznych przekazów oraz identyfikowaniu i przeciwdziałaniu zjawisku greenwashingu, ucząc jak budować spójność między deklaracjami a realnymi działaniami firmy. Trener posiada minimum 3-letnie doświadczenie w obszarze związanym z komunikacją marketingową w obszarze zrównoważonego rozwoju, a także wieloletnie doświadczenie w zakresie realizacji usług rozwojowych.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- tablice interaktywne - Miro
- materiały dla uczestników usługi
- dostęp do aktów prawnych w zakresie zielonej transformacji

### Informacje dodatkowe

SNH Magdalena Kaźmierczak – Połowczyk jest Placówką Kształcenia Ustawicznego działającą na podstawie ustawy Prawo oświatowe z 14 grudnia 2016 r. oraz rozporządzenia MEN z 6 października 2023 r.; w związku z tym usługi są zwolnione z VAT (art. 43 ust. 1 pkt 26 lit. a). RSPO: 482089, REGON: 529179914.

W trakcie realizacji będą wykorzystywane metody pozwalające na rozwój umiejętności, w szczególności case study, ćwiczenia do samodzielnego lub grupowego wykonania przez uczestników usługi.

Usługa jest realizowana oraz walidowana przez podmiot spełniający wymagania określone 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), zgodnie z wymogami tego rozporządzenia oraz niniejszej rekomendacji, i zostanie zakończona weryfikacją nabytych przez uczestników efektów uczenia się przeprowadzoną według standardów w nim określonych.

## Warunki techniczne

a) usługa będzie prowadzona za pośrednictwem platformy zoom.us

b) minimalne wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny/laptop, kamera wbudowana/na USB, mikrofon, słuchawki/ głośniki Processor and RAM requirements Minimum Processor Single Core 1Ghz or Higher RAM 2GB Recommended Dual Core 2Ghz or Higher (i3/i5/i7 or AMD equivalent) RAM 4GB Przewodowy lub bezprzewodowy (3G or 4G/LTE). Minimum bandwidth is 600kbps (up/down) and recommended is 1.5 Mbps

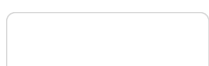
c) minimalne wymagania dotyczące łącza sieciowego: minimum 70 kb/s downloadu

d) niezbędne oprogramowanie: minimum Windows XP/MacOS High Sierra, przeglądarka internetowa (marka nie ma znaczenia)

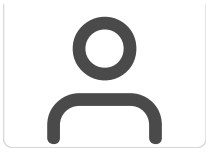
e) okres ważności linku do zakończenia szkolenia ( wg harmonogramu)

Zgodnie z zasadami użytkowania platformy ZOOM.US, po zakończonym szkoleniu udostępniony zostanie raport z logowań zawierający: imię i nazwisko uczestnika, godzinę zalogowania i wylogowania, czas logowania trenera oraz ogólny czas trwania szkolenia.

## Kontakt



**IZABELA WIKARYJCZYK**



**E-mail** [izabela.wikaryjczyk@wp.pl](mailto:izabela.wikaryjczyk@wp.pl)

**Telefon** (+48) 887 038 880