



RECON Consulting  
Spółka z  
ograniczoną  
odpowiedzialnością

★★★★★ 4,9 / 5

5 744 oceny

## Kampanie reklamowe w środowisku MetaAds (Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger) oraz podstawy zrównoważonego marketingu w kontekście globalnych wyzwań ekologicznych: szkolenie umożliwiające zmianę zawodu i otwierające nowe ścieżki kariery

Numer usługi 2026/05/04/13777/3533492

📍 Katowice

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 16:00 h

📅 18.07.2026 do 19.07.2026

5 535,00 PLN brutto

4 500,00 PLN netto

345,94 PLN brutto/h

281,25 PLN netto/h

183,33 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Aplikacje biznesowe

### Grupa docelowa usługi

#### DO KOGO SKIEROWANE JEST SZKOLENIE?

- Specjalista ds. komunikacji
- Osób odpowiedzialnych za strategie marketingowe online
- Szkolenie jest dedykowane zarówno dla osób początkujących w temacie marketing automation, jak i tych, którzy chcą pogłębić swoją wiedzę i umiejętności w zakresie bardziej skomplikowanych strategii i narzędzi automatyzacji marketingowej.

Niniejsza usługa dotyczy kształcenia zawodowego/przekwalifikowania zawodowego. Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych zamieszkujących lub pracujących na terenie woj. śląskiego, które poszukują adekwatnej usługi rozwojowej w celu zdobycia umiejętności zawodowych niezbędnych do podjęcia, zmiany lub utrzymania pracy w sektorze zielonej gospodarki.

Niniejsza usługa rozwojowa prowadzi do nabycia zielonych kompetencji.

### Minimalna liczba uczestników

8

### Maksymalna liczba uczestników

25

### Data zakończenia rekrutacji

14-07-2026

### Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

### Liczba godzin usługi

16

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego i efektywnego wykorzystania narzędzi reklamowych platform Meta, pozwalających na tworzenie oraz zarządzanie kampaniami reklamowymi, które wspierają zieloną gospodarkę poprzez promowanie proekologicznych produktów i usług, minimalizowanie śladu węglowego oraz ograniczenie negatywnego wpływu działań marketingowych na środowisko.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Wiedza: charakteryzuje funkcje automatycznych botów w Messengerze</p>	<p>omawia w jaki sposób prawidłowe wykorzystanie botów w Messengerze skutecznie zwiększy zaangażowanie użytkowników i lojalność wobec marki</p>	Test teoretyczny
<p>Wiedza: charakteryzuje zasady działania Pixela Facebooka i jego zastosowanie w zielonym marketingu</p>	<p>wymienia ustawienia techniczne zwiększające zasobooszczędność działań marketingowych poprzez zmniejszenie obciążenia urządzeń i serwerów</p>	Test teoretyczny
<p>Wiedza: identyfikuje formaty reklamowe w Meta Ads oraz ich potencjał do promocji produktów z recyklingu i upcyklingu</p>	<p>wymienia co najmniej trzy formaty reklamowe w Meta Ads, które mogą być skutecznie wykorzystane do promocji produktów z recyklingu</p>	Test teoretyczny
<p>Wiedza: charakteryzuje algorytm Meta (Facebook i Instagram) oraz jego wpływ na zasięgi</p>	<p>wymienia kluczowe zasady działania algorytmu w kontekście zrównoważonego marketingu</p>	Test teoretyczny
<p>Wiedza: analizuje różne grupy demograficzne użytkowników Facebooka i ich wpływ na strategie marketingowe</p>	<p>przedstawia, jak różnice demograficzne wpływają na dostosowanie kampanii reklamowych na Facebooku</p>	Test teoretyczny
<p>Wiedza: identyfikuje narzędzia wspierające integrację działań marketingowych na Facebooku z innymi kanałami cyfrowymi</p>	<p>wskazuje narzędzia wspierające integrację działań marketingowych na Facebooku z kanałami takimi jak e-mail marketing</p>	Test teoretyczny
<p>Wiedza: identyfikuje odpowiednie formaty reklam w Meta Ads z uwzględnieniem ekologii i zrównoważonego marketingu</p>	<p>przedstawia różnice między formatami reklam i ich wpływ na ekologiczność kampanii</p>	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: charakteryzuje zasady zarządzania katalogiem produktów na Facebooku z myślą o promowaniu ekologicznych produktów	przedstawia sposób organizacji katalogu produktów, promując produkty z recyklingu i upcyklingu	Test teoretyczny
Umiejętność: projektuje kampanię reklamową na Facebooku z uwzględnieniem zasad ekologii i zrównoważonego marketingu	przygotowuje projekt kampanii reklamowej uwzględniający minimum trzy metody redukcji cyfrowego śladu węglowego	Analiza dowodów i deklaracji
Umiejętność: tworzy post promujący ekologiczne działania w ramach kampanii reklamowej na Facebooku	przedstawia projekt posta promocyjnego, który zawiera przekaz edukacyjny i podkreśla ekologiczne korzyści produktu lub usługi	Analiza dowodów i deklaracji
Kompetencje społeczne: ocenia wpływ indywidualnych postępowań na środowisko	definiuje przyjmowanie w życiu prywatnym postawy zorientowanej na zrównoważony rozwój	Test teoretyczny
	zastanawia się nad wpływem własnych zachowań na środowisko	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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

## Program

**DZIEŃ PIERWSZY:**

## **Moduł 1. Facebook i Instagram w nowoczesnym marketingu: Strategie zrównoważonego rozwoju i efektywne wykorzystanie algorytmów**

- Ewolucja sieci Meta: Od początków do dzisiaj
- Kontekst w ekosystemie social mediów: Co musisz wiedzieć?
- Era urządzeń mobilnych i jej znaczenie
- Facebook jako element strategii marketingowej
- Analiza jak różne grupy demograficzne używają Facebooka i jak to wpływa na strategie marketingowe
- Jak efektywnie łączyć działania na Facebooku z innymi kanałami cyfrowymi jak SEO, e-mail marketing.
- Mierzenie zwrotu z inwestycji (ROI) w kampaniach na Facebooku: techniki i narzędzia do analizy efektywności inwestycji w marketing na Facebooku
- Jak tworzyć treści edukacyjne, które podnoszą świadomość ekologiczną wśród odbiorców
- Zielone eventy na Facebooku

## **Moduł 2. Sekrety algorytmu Facebooka i Instagrama: Strategiczne podejście do zielonego marketingu i odpowiedzialnych działań biznesowych**

- Jak działa najnowszy algorytm Facebooka i Instagrama?

## **Moduł 3. Wprowadzenie do Reklam w Meta Ads: Ekologiczne podejście i efektywne zarządzanie zasobami reklamowymi**

- Dlaczego reklamy w Meta Ads są efektywne?
- Narzędzia w panelu Ads Manager
- Formaty reklam w Meta Ads
- Wybór celów reklamowych i targetowanie
- Optymalizacja i zarządzanie stawkami
- Dobre praktyki i case studies
- Zaawansowane techniki targetowania w Meta Ads
- Wykorzystanie danych zewnętrznych do optymalizacji kampanii: integracja zewnętrznych danych dla lepszego targetowania i personalizacji
- Analiza konkurencji w Meta Ads: narzędzia i metody do analizy działań konkurencji w Meta Ads
- Targetowanie zrównoważonych grup demograficznych: jak skutecznie docierać do grup odbiorców zainteresowanych ekologią i zrównoważonym stylem życia
- Ekoefektywne kampanie reklamowe: nauka, jak minimalizować ślad węglowy kampanii reklamowych
- Reklamowanie produktów z recyklingu i upcyklingu: specyfika tworzenia i promowania reklam produktów z recyklingu i upcyklingu
- Techniki redukcji wagi plików reklamowych
- Wpływ różnych formatów (MP4 vs JPEG vs WebP) na zużycie energii
- Planowanie harmonogramu wyświetlań w celu uniknięcia nadmiarowego obciążenia serwerów

## **Moduł 4. Podstawy zakupu powierzchni reklamowej w Meta Ads: Etyczne i odpowiedzialne strategie alokacji zasobów reklamowych**

- Mechanizmy aukcyjne: zasięg i częstotliwość
- Strategie budżetowania w kampaniach Meta Ads: zarządzanie budżetem kampanii

## **Moduł 5. Technologie wsparcia dla zaawansowanych kampanii: ekologiczne rozwiązania, ustawienia sklepu i katalogu produktów na Facebooku oraz kreatywne i odpowiedzialne podejście w kampaniach reklamowych**

- Zasady działania Pixela Facebooka
- API konwersji: jak zbierać więcej danych?
- Google Tag Manager: kombajn możliwości
- Wykorzystanie SDK w aplikacjach mobilnych
- Automatyzacja procesów w Ads Manager przy użyciu skryptów
- Integracja Pixela Facebooka z CRM
- Zastosowanie zaawansowanych funkcji Google Tag Managera w kampaniach na Facebooku: używanie GTM do zarządzania tagami reklamowymi i śledzenia konwersji
- Automatyzacja procesów w Ads Manager przy użyciu skryptów
- Jak nowoczesne narzędzia mogą pomóc w skutecznym i etycznym docieraniu do zainteresowanych ekologią grup
- Zielone technologie w reklamie: wprowadzenie do narzędzi, które pomagają zmniejszać negatywny wpływ cyfrowego marketingu na środowisko
- Wykorzystanie Conversions API (CAPI) jako metody ograniczającej obciążenie przeglądarki użytkownika na rzecz bardziej efektywnego przesyłu server-to-server

## **Moduł 6. Ustawienia sklepu i katalogu produktów na Facebooku: odpowiedzialne i ekologiczne zarządzanie ofertą produktową**

- Konfiguracja sklepu i jego elementy

- Zarządzanie katalogiem produktów
- Dynamiczne reklamy (DPA) i magia remarketingu
- Integracja sklepu Facebook z systemami e-commerce
- Wykorzystanie zaawansowanych funkcji katalogu produktów: techniki zarządzania katalogiem dla zwiększenia sprzedaży
- Analiza wyników sprzedaży z Dynamicznych Reklam (DPA): metody analizy i optymalizacji kampanii DPA dla maksymalizacji ROI
- Promowanie produktów ekologicznych w sklepie Facebook: jak skutecznie wykorzystać platformę do sprzedaży produktów przyjaznych środowisku
- Zielone strategie dla dynamicznych reklam (DPA): tworzenie remarketingowych kampanii

#### **Moduł 7. Kreatywność w kampaniach reklamowych: Innowacyjne i odpowiedzialne podejście w zrównoważonym marketingu**

- Innowacyjne pomysły na posty i reklamy
- Warsztat dotyczące optymalizacji emisyjnej kampanii Meta Ads, przygotowanie dwóch wariantów tej samej kampanii: standardowy (bazujący na ciężkich plikach wideo i nieprecyzyjnym targetowaniu) oraz eko-zoptymalizowany (z wykorzystaniem skompresowanych grafik, precyzyjnych grup odbiorców i limitów częstotliwości wyświetlań)

*Przewidywany czas trwania dnia szkoleniowego: 8h zegarowych z przerwami.*

#### **DZIEŃ DRUGI:**

#### **Moduł 8. Marketing na Messengerze: Odpowiedzialne wykorzystanie botów, sztucznej inteligencji i Metaverse w zrównoważonych strategiach**

- Messenger jako narzędzie marketingu
- Konfiguracja Messengera do potrzeb biznesowych
- Obsługa klienta przez Messenger
- Automatyzacja konwersacji
- Wprowadzenie do Facebook Botów
- Zaawansowane techniki angażowania użytkowników
- Integracja Messengera z innymi narzędziami marketingowymi
- Case study skutecznych kampanii na Messengerze
- Sesja Q&A
- Personalizacja komunikacji za pomocą botów: tworzenie ścieżek komunikacji, które odpowiadają na specyficzne potrzeby użytkowników
- Zastosowanie narzędzi analitycznych do śledzenia interakcji użytkowników z botami w celu optymalizacji ich działania i poprawy UX
- Wykorzystanie botów do prowadzenia użytkowników przez proces zakupowy bez opuszczania aplikacji Messenger
- Automatyzacja obsługi klienta (boty)
- Tworzenie botów, które dostarczają wartościowych informacji o ekologicznych działaniach.

#### **Moduł 9. Sztuczna inteligencja i Metaverse: Odpowiedzialne technologie w ekologicznym i etycznym świecie cyfrowym**

- Narzędzia AI dla Social Media Managera
- Optymalizacja pracy dzięki AI

#### **Moduł 10. Lejki sprzedażowe i strategie remarketingowe: Odpowiedzialna optymalizacja kampanii reklamowych z myślą o ekologicznym marketingu**

- Działania w branżach B2C i B2B
- Użycie niestandardowych grup odbiorców
- Integracja z Google Analytics
- Wykorzystanie zaawansowanej analizy danych dofinansowania i poprawy skuteczności lejków sprzedażowych
- Integracja kampanii remarketingowych w różnych kanałach cyfrowych dla zwiększenia konwersji
- A/B testing w lejkach sprzedażowych: Implementacja testów A/B do optymalizacji różnych elementów lejka, takich jak strony lądowania, formularze kontaktowe, czy oferty
- Wprowadzenie metod włączania zielonych kompetencji i produktów do lejków sprzedażowych
- Tworzenie strategii remarketingowych, które minimalizują wpływ na środowisko poprzez efektywne wykorzystanie zasobów.

#### **Moduł 11. Optymalizacja Kampanii Reklamowych: Etyczne i ekologiczne podejście do zwiększania efektywności marketingowej**

- Śledzenie ROAS i efektywność kosztowa

#### **Moduł 12. Monitoring i analiza efektywności: Odpowiedzialne i ekologiczne podejście do efektywnych kampanii na WhatsApp**

- Rodzaje raportów i wskaźników w MetaAds
- Analiza organicznych działań i efektywności treści
- Insights na temat odbiorców

- Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi do wizualizacji danych
- Implementacja systemów monitorowania w czasie rzeczywistym, umożliwiających szybką reakcję na zmiany w danych i wynikach
- Segmentacja zaawansowana odbiorców
- Rozwój metod monitorowania, które minimalizują wpływ na środowisko, np. poprzez redukcję ilości danych potrzebnych do analiz
- Analiza wpływu środowiskowego działań marketingowych: ocena, jak działania marketingowe wpływają na środowisko
- Ustalenie KPIs, które biorą pod uwagę zarówno wyniki biznesowe, jak i wpływ na środowisko
- Wprowadzenie Environmental KPIs obok standardowych wskaźników ROI/ROAS

### **Moduł 13. Efektywne kampanie na WhatsApp: Odpowiedzialne strategie i ekologiczne podejście w komunikacji marketingowej**

- Wprowadzenie do WhatsApp Business

### **Moduł 14. Dodatkowe narzędzia wsparcia**

- Polecane wtyczki i aplikacje
- Narzędzia ułatwiające pracę Social Media Managera
- Integracja z narzędziami do zarządzania zadaniami: pokazanie, jak połączyć social media management z narzędziami typu Trello, Asana, aby lepiej organizować pracę zespołową
- Wykorzystanie rozwiązań cloudowych do archiwizacji i współdzielenia materiałów: użycie chmury do efektywnego przechowywania i dzielenia się materiałami reklamowymi i komunikacyjnymi wewnątrz zespołów
- Wprowadzenie do narzędzi, które umożliwiają śledzenie działań konkurencji, takich jak SEMrush czy SpyFu, aby lepiej zrozumieć trendy rynkowe i dostosować strategie marketingowe
- Wykorzystanie zielonych technologii w zarządzaniu mediami społecznościowymi: promowanie stosowania narzędzi, które są efektywne energetycznie
- Integracja z zielonymi aplikacjami
- Zalecanie wtyczek, które pomagają w redukcji śladu węglowego podczas pracy w internecie, takich jak te blokujące niepotrzebne skrypty czy redukujące zużycie danych.

### **Moduł 15. Test**

*Przewidywany czas trwania dnia szkoleniowego: 8h zegarowych z przerwami.*

*Łącznie: **16h zegarowych** (wg organizatora kursu, wg automatycznego wyliczenia przez system BUR).*

W ramach szkolenia nastąpi skonsolidowanie części teoretycznej z częścią praktyczną, dzięki którym na bieżąco i elastycznie będą dostosowywane i omawiane narzędzia i rozwiązania, w zależności od potrzeb grupy. Zakłada się realizację usługi w części teoretycznej o wymiarze 14h zegarowych oraz części praktycznej o wymiarze 2h zegarowych (łącznie 16h zegarowych). Dzięki temu maksymalnie dostosowane zostaną najważniejsze zagadnienia do potrzeb i oczekiwań, jednocześnie zwracając uwagę na predyspozycje poszczególnych uczestników do funkcjonowania i radzenia sobie z wyznaczonymi obszarami oraz tempo przyswajania wiedzy, a w konsekwencji konieczność ewentualnych powtórzeń materiału czy zmiana kolejności przygotowywania zadań.

Warunki organizacyjne zajęć: każdy uczestnik podczas zajęć będzie pracował na samodzielnym stanowisku komputerowym (laptop).

CIĄG DALSZY O OPISU - w polu "Informacje o materiałach dla uczestników usługi".

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 19

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 M1. Facebook i Instagram w nowoczesnym marketingu: Strategie zrównoważonego rozwoju i efektywne wykorzystanie algorytmów	Magdalena Tomaszewska	18-07-2026	08:00	09:30	01:30
2 z 19 M2. Sekrety algorytmu Facebooka i Instagrama: Strategiczne podejście do zielonego marketingu i odpowiedzialnych działań biznesowych	Magdalena Tomaszewska	18-07-2026	09:30	11:00	01:30
3 z 19 Przerwa	Magdalena Tomaszewska	18-07-2026	11:00	11:15	00:15
4 z 19 M3. Wprowadzenie do Reklam w Meta Ads: Ekologiczne podejście i efektywne zarządzanie zasobami reklamowymi	Magdalena Tomaszewska	18-07-2026	11:15	12:30	01:15
5 z 19 Przerwa	Magdalena Tomaszewska	18-07-2026	12:30	13:00	00:30
6 z 19 M4. Podstawy zakupu powierzchni reklamowej w Meta Ads: Etyczne i odpowiedzialne strategie alokacji zasobów reklamowych	Magdalena Tomaszewska	18-07-2026	13:00	14:15	01:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p><b>7 z 19</b></p> <p>M5. Technologie wsparcia dla zaawansowanych kampanii: Ekologiczne rozwiązania, ustawienia sklepu i katalogu produktów na Facebooku oraz kreatywne i odpowiedzialne podejście w kampaniach reklamowych</p>	Magdalena Tomaszewska	18-07-2026	14:15	15:00	00:45
<p><b>8 z 19</b> Przerwa 15:00 15:15</p>	Magdalena Tomaszewska	18-07-2026	15:00	15:15	00:15
<p><b>9 z 19</b> M6. Ustawienia sklepu i katalogu produktów na Facebooku oraz M7. Kreatywność w kampaniach reklamowych (praktyka)</p>	Magdalena Tomaszewska	18-07-2026	15:15	16:00	00:45
<p><b>10 z 19</b> M8. Marketing na Messengerze: Odpowiedzialne wykorzystanie botów, sztucznej inteligencji i Metaverse w zrównoważonych strategiach</p>	Magdalena Tomaszewska	19-07-2026	08:00	09:30	01:30
<p><b>11 z 19</b> M9. Sztuczna inteligencja i Metaverse: Odpowiedzialne technologie w ekologicznym i etycznym świecie cyfrowym</p>	Magdalena Tomaszewska	19-07-2026	09:30	10:15	00:45
<p><b>12 z 19</b> Przerwa</p>	Magdalena Tomaszewska	19-07-2026	10:15	10:30	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>13 z 19</b> M10. Lejki sprzedażowe i strategie remarketingowe: Odpowiedzialna optymalizacja kampanii reklamowych z myślą o ekologicznym marketingu (praktyka)	Magdalena Tomaszewska	19-07-2026	10:30	11:45	01:15
<b>14 z 19</b> M11. Optymalizacja Kampanii Reklamowych: Etyczne i ekologiczne podejście do zwiększania efektywności marketingowej	Magdalena Tomaszewska	19-07-2026	11:45	12:30	00:45
<b>15 z 19</b> Przerwa 12:30 13:00	Magdalena Tomaszewska	19-07-2026	12:30	13:00	00:30
<b>16 z 19</b> M12. Monitoring i analiza efektywności: Odpowiedzialne i ekologiczne podejście do efektywnych kampanii na WhatsApp	Magdalena Tomaszewska	19-07-2026	13:00	14:30	01:30
<b>17 z 19</b> M13. Efektywne kampanie na WhatsApp oraz M14. Dodatkowe narzędzia wsparcia	Magdalena Tomaszewska	19-07-2026	14:30	15:15	00:45
<b>18 z 19</b> Przerwa	Magdalena Tomaszewska	19-07-2026	15:15	15:30	00:15
<b>19 z 19</b> M15. Walidacja (test teoretyczny, analiza dowodów i deklaracji)	-	19-07-2026	15:30	16:00	00:30

# Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 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 w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 535,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	345,94 PLN
Koszt osobogodziny netto	281,25 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Magdalena Tomaszewska

Ukończyła studia licencjackie z zakresu komunikacji promocyjnej i kryzysowej na Uniwersytecie Śląskim oraz magisterskie z dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Z mediami i marketingiem związana jest od 2013 roku. Specjalizuje się w tworzeniu strategii komunikacyjnych i kampanii reklamowych w mediach społecznościowych (Meta Ads, LinkedIn Ads), opracowywaniu treści zgodnych z DNA marki, a także działaniach z zakresu content marketingu i produkcji materiałów wideo. Doświadczenie zdobywała m.in. jako Social Media Manager w agencji OFFON AGENCY oraz Social Media Strategist w agencji SPACE PR. Przez 4 lata pracowała w 4PEOPLE jako Senior Social Media Specialist i Team Leader zespołu graficznego, gdzie odpowiadała za audyty, strategie marketingowe, rozwój działu wideo i onboarding pracowników. Od 2023 roku prowadzi własną działalność pod marką SocialWitch, łącząc kompetencje stratega, graficzki, copywriterki i trenerki marketingu.

REFERENCJE: Kampania reklamowa dla WiSpas (2023/2024), działania promocyjne dla marki Codzienna (2023/2024), obsługa kampanii targów Readystockfair (2023). Prowadziła działania dla takich marek jak: Dermena, Cefarm24, Zdrowa Krowa, TÜV Rheinland.

Trenerka posiada od 2025 udokumentowaną wiedzę z zakresu szeroko rozumianego zrównoważonego rozwoju.

Trenerka posiada kwalifikacje i doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji tej karty w BUR.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

**CIĄG DALSZY OPISU POLA: "Ramowy program usługi"(zgodnie z sugestią Administratora BUR, aby tekst niemieszczący się w dedykowanym polu z powodu ograniczonej liczby znaków, zamieszczać w innym dostępnym polu Karty usługi):**

Jednocześnie godziny realizacji przerw również dostosowane będą do postępów realizacji programu, tempa przyswajania wiedzy przez uczestników szkolenia oraz potrzeb uczestników i trenera. Uczestnik szkolenia ma możliwość merytorycznego kontaktu z trenerem również podczas przerw (w przypadku, gdyby uczestnik nie chciał skorzystać z danej przerwy).

Zgodnie z definicją „**zielonych umiejętności**” zawartą w Regulaminie naboru do projektu w ramach FESL 10.17: *Zielone umiejętności* – umiejętności o charakterze zawodowym lub ogólnym, niezbędne do pracy w sektorze zielonej gospodarki, czyli takiej, która jest oparta na odnawialnych źródłach energii, nowoczesnych technologiach ukierunkowanych na niskoemisyjność i zasobooszczędność, a także na zarządzaniu środowiskowym w przedsiębiorstwach. Przyjmuje się, że zielone umiejętności to takie, które przyczyniają się do budowy „**zielonej gospodarki**” poprzez tworzenie „**zielonych miejsc pracy**”. „Zielone miejsca pracy” to te, które przyczyniają się do zachowania lub przywrócenia stanu środowiska, niezależnie od tego czy występują w tradycyjnych czy nowych rozwijających się „zielonych” sektorach. „Zielone miejsca pracy” wpływają pozytywnie na zwiększanie efektywności energetycznej i surowcowej, ograniczanie emisji gazów cieplarnianych, minimalizację odpadów i zanieczyszczeń, ochronę i odtwarzanie ekosystemów oraz wspieranie adaptacji do skutków zmian klimatu.

Szkolenie skierowane jest do osób, które chcą rozwijać **zielone umiejętności i kompetencje ekologiczne**, co umożliwi im dostosowanie swoich umiejętności do zmian na rynku pracy wynikających z transformacji ekologicznej regionu.

Program „Kampanie reklamowe w środowisku Meta Ads” wpisuje się w osiągnięcie zielonych kompetencji na kilka sposobów, zgodnie z definicją „**zielonych umiejętności**” zawartą w regulaminie naboru do projektu w ramach FESL 10.17:

**1. Tworzenie „zielonych miejsc pracy”:** Szkolenie przygotowuje uczestników do pracy w marketingu cyfrowym, który może przyczyniać się do promowania produktów i usług przyjaznych środowisku. Kampanie reklamowe prowadzone na platformach Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger) mogą być wykorzystywane do promowania zielonych inicjatyw, produktów ekologicznych, recyklingu, upcyklingu oraz działań na rzecz ochrony środowiska.

**2. Niskoemisyjne technologie i zasobooszczędność:** Program omawia sposoby, jak minimalizować ślad węglowy kampanii reklamowych oraz optymalizować zasoby reklamowe w sposób bardziej efektywny i zrównoważony. Przykładem może być sekcja dotycząca ekoefektywnych kampanii reklamowych oraz narzędzia wspomagające minimalizację zużycia zasobów (np. automatyzacja procesów czy wykorzystanie zielonych technologii).

**3. Zarządzanie środowiskowe w przedsiębiorstwach:** Kurs kładzie nacisk na integrację zrównoważonych działań marketingowych w kampaniach reklamowych, co bezpośrednio wpisuje się w działania zarządzania środowiskowego. Uczestnicy uczą się, jak prowadzić kampanie, które promują ekologiczne podejście do konsumpcji i zrównoważony rozwój, co może mieć pozytywny wpływ na przedsiębiorstwa, które dążą do redukcji emisji i odpowiedzialnego zarządzania zasobami.

**4. Promowanie odnawialnych źródeł energii i ochrony środowiska:** Szkolenie dotyczy również tworzenia treści edukacyjnych, które mogą podnosić świadomość ekologiczną wśród odbiorców. Poprzez kampanie na Facebooku i Instagramie, firmy mogą promować działania proekologiczne, produkty pochodzące z recyklingu, a także zachęcać do działań na rzecz ochrony środowiska, co wpływa na przywracanie i ochronę ekosystemów.

**5. Zielone technologie w reklamie:** W programie zawarto elementy dotyczące wykorzystania zielonych technologii w marketingu cyfrowym, jak np. automatyzacja procesów czy zastosowanie bardziej zasobooszczędnych narzędzi (np. Google Tag Manager). Są to technologie, które mogą wspierać redukcję zużycia energii i danych, co ma znaczenie dla firm dążących do minimalizacji ich wpływu na środowisko.

Podsumowując, program szkolenia pomaga zdobywać umiejętności przyczyniające się do budowy zielonej gospodarki, szczególnie w zakresie promowania produktów ekologicznych, minimalizacji wpływu działań marketingowych na środowisko oraz wspierania strategii zrównoważonego rozwoju w cyfrowym marketingu.

Zgodnie z Wykazem obszarów i grup technologii, w odniesieniu do których operatorzy powinni weryfikować usługę rozwojową pod względem spełniania kryterium powiązania z **RIS i PRT**, w przypadku czego możliwe jest otrzymanie **dotychczasowych 5 pkt** za udział w usłudze dostosowanej do wymienionych w tym Wykazie branż informujemy, że niniejsze szkolenie **„Kampanie reklamowe w środowisku MetaAds (Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger) oraz podstawy zrównoważonego marketingu w kontekście globalnych wyzwań ekologicznych: szkolenie umożliwiające zmianę zawodu i otwierające nowe ścieżki kariery”**

wpisuje się w **OBZAR TECHNOLOGICZNY**: Technologie informacyjne i telekomunikacyjne – **4.2 Technologie informacyjne**.

Szkolenie realizuje cele i priorytety wyznaczone w następujących dokumentach:

**Program Rozwoju Technologii (PRT)**: Usługa wpisuje się w obszar technologiczny 4.2 „Technologie informacyjne”, który obejmuje rozwój kompetencji i usług związanych z cyfryzacją procesów, automatyzacją działań, analizą danych oraz nowoczesnymi platformami komunikacji cyfrowej. Szkolenie opiera się na wykorzystaniu zaawansowanych narzędzi informatycznych i algorytmów reklamowych, takich jak Pixel Facebooka, Ads Manager, czy API konwersji – co potwierdza bezpośrednie powiązanie z obszarem technologii informacyjnych wskazanym w PRT.

**Regionalna Strategia Innowacji Województwa Śląskiego 2030**: Szkolenie bezpośrednio nawiązuje do opisanego na stronie 79 RSI 2030 obszaru „Przemysły kreatywne (Creative industries)”, gdzie wskazano rosnącą rolę kreatywnego podejścia do reklamy, marketingu cyfrowego oraz tworzenia treści audiowizualnych jako istotnych elementów nowoczesnej gospodarki regionalnej. Program usługi rozwija kompetencje w zakresie projektowania kampanii reklamowych w ekosystemie Meta (Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp), tworzenia ekologicznego przekazu promocyjnego oraz wykorzystywania narzędzi wspierających zrównoważony marketing – co czyni ją istotnym elementem rozwoju przemysłów kreatywnych w regionie.

Ponadto, szkolenie przyczynia się do rozwoju kompetencji cyfrowych i kreatywnych, będących kluczowymi czynnikami transformacji cyfrowej oraz wzrostu konkurencyjności MŚP – zgodnie z założeniami RSI oraz PRT.

**Program szkolenia rozwija zielone kompetencje cyfrowe zgodne z klasyfikacją ESCO i ramami GreenComp**. Uczestnicy zdobywają umiejętności ograniczania wpływu działań marketingowych na środowisko poprzez optymalizację kampanii, redukcję zużycia danych, stosowanie zasobooszczędnych technologii oraz monitorowanie wskaźników środowiskowych. Szkolenie odpowiada na potrzeby zielonej transformacji rynku pracy, w szczególności sektora MŚP i branż kreatywnych. Nabyte kompetencje są weryfikowane praktycznie poprzez przygotowanie projektu kampanii zawierającego działania ograniczające wpływ środowiskowy wraz z określeniem mierzalnych wskaźników efektywności.

## **UZASADNIENIE ZWIĄZKU USŁUGI Z ZIELONYM RYNKIEM PRACY I POTRZEBAMI REGIONU**

Szkolenie bezpośrednio odpowiada na proces transformacji ekologicznej i cyfrowej **województwa śląskiego**, wpisując się w cele **Regionalnej Strategii Innowacji (RSI 2030)** oraz **Programu Rozwoju Technologii (PRT)**.

**1. Konkretny zawody i nowe ścieżki kariery**: nabyte kompetencje przygotowują uczestników do podjęcia pracy lub zmiany profilu zawodowego w kierunku nowo powstających „zielonych miejsc pracy”. Po zakończeniu szkolenia osoby będą mogły ubiegać się o stanowiska takie jak:

- **Specjalista ds. Eko-marketingu / Green Marketer**: odpowiedzialny za promowanie produktów z recyklingu i upcyklingu oraz budowanie niskoemisyjnych strategii komunikacji
- **Konsultant ds. Zrównoważonej Komunikacji Cyfrowej**: wspierający firmy w raportowaniu ESG poprzez optymalizację śladu węglowego ich działań promocyjnych
- **E-commerce Manager ds. produktów zrównoważonych**: zarządzający sklepami i katalogami produktów promującymi gospodarkę o obiegu zamkniętym.

**2. Kluczowe obszary zielonej gospodarki**: kompetencje te znajdują zastosowanie w branżach priorytetowych dla zielonej transformacji:

- **Gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ)**: skuteczne promowanie recyklingu, upcyklingu i produktów wielorazowego użytku poprzez precyzyjne targetowanie w Meta Ads
- **Sektor Odnawialnych Źródeł Energii (OZE) i Efektywności Energetycznej**: edukacja odbiorców i generowanie leadów dla firm oferujących rozwiązania niskoemisyjne.
- **Przemysły Kreatywne**: realizacja założeń RSI 2030 poprzez iczenie kreatywności z nowoczesnymi, energooszczędnymi technologiami informacyjnymi (np. optymalizacja przesyłu danych i Digital Waste)

**3. Regionalne zapotrzebowanie (Województwo Śląskie)**: Województwo śląskie, jako region intensywnie odchodzący od gospodarki opartej na węglu, wymaga kadr posiadających kompetencje wspierające **niskoemisyjność i zasobooszczędność** w każdym sektorze biznesu. Lokalne przedsiębiorstwa z sektora MŚP, chcąc zachować konkurencyjność, muszą wdrażać „zielone technologie w reklamie”, które pozwalają redukować ślad węglowy ich aktywności cyfrowej oraz efektywnie docierać do rosnącej grupy świadomych ekologicznie konsumentów w regionie.

Szkolenie wypełnia lukę rynkową pomiędzy tradycyjnym marketingiem cyfrowym a wymogami „zielonej gospodarki”, dostarczając narzędzi do realnego ograniczania negatywnego wpływu działań marketingowych na środowisko.

## **INFORMACJE DODATKOWE DLA OPERATORA:**

Niniejsza karta zawiera dane osoby walidującej (imię i nazwisko, e-mail, opis doświadczenia). Zgodnie z Zał. 2 do Regulaminu BUR (PARP): „Dane dotyczące osoby walidującej, są widoczne wyłącznie dla Administratora BUR oraz Administratora Regionalnego.”

Osoba przeprowadzająca usługę (trener) wykona również działania związane ze skompletowaniem dokumentacji walidacyjnej tj. zbierze od uczestników szkolenia dokumenty do Analizy dowodów i deklaracji oraz rozda uczestnikom test teoretyczny, a następnie zbierze wypełnione testy.

Trener nie będzie ingerował w jakikolwiek sposób w proces wypełniania dokumentacji walidacyjnej ani w jej ocenę (tj. trener nie ocenia i nie weryfikuje osiągniętych efektów uczenia się).

W ciągu 30 minut przewidzianych w ostatnim dniu szkolenia na walidację osoba walidująca przeprowadza test. Ponad to analiza dowodów jest rozdawana w toku zajęć w ciągu dwóch dni jako ćwiczenia.

Analiza dowodów i deklaracji oraz Test teoretyczny zostaną ocenione po zakończeniu realizacji usługi przez osobę walidującą, co gwarantuje rozdzielność procesów szkolenia i walidacji. Walidator ocenia i weryfikuje osiągnięte efekty uczenia się.

Efekty kształcenia (uczenia) zostały opracowane w oparciu o informacje opublikowane na stronie operatora tj. Załącznik 4. Wykaz przykładowych zielonych umiejętności, opracowany przez Komisję Europejską w ramach klasyfikacji ESCO w ramach Konkursu Utworzenie i wsparcie funkcjonowania 120 branżowych centrów umiejętności (BCU), realizujących koncepcję centrów doskonałości zawodowej (CoVEs) –konkurs uzupełniający.

Podział efektów uczenia się według zakresu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych uwzględnia różne aspekty zdobytej wiedzy teoretycznej oraz praktycznych umiejętności i postaw społecznych związanych z odpowiedzialnym, zielonym marketingiem.

Każdy z uczestników otrzyma materiały szkoleniowe (m.in. skrypt/konspekt) zapisane na pen drive, co pozwoli na minimalizację zużycia papieru i przyczyni się do ochrony środowiska, jednocześnie zapewniając wygodny dostęp do wszystkich niezbędnych dokumentów.

## **Warunki uczestnictwa**

Minimalna liczba uczestników niezbędna do realizacji usługi: 8 osób (maksymalnie 25 z uwagi na konieczność zapewnienia komfortowych warunków szkolenia dla uczestników przy tej tematyce szkolenia i jednoczesnym zachowaniu wysokiej efektywności usługi oraz możliwości bezpośredniego kontaktu z trenerem podczas zajęć).

Koszt nie zawiera kosztów dojazdu i ewentualnego noclegu. Potencjalne opłaty należy ponieść we własnym zakresie.

Uwaga: przed podpisaniem umowy o dofinansowanie szkolenia z Operatorem, skontaktuj się z nami w celu potwierdzenia terminu szkolenia i dostępności wolnych miejsc.

W trakcie szkolenia możliwa jest wizytacja z udziałem PARP, Operatora lub innej jednostki wyznaczonej w celu sprawdzenia poprawności realizacji usługi.

## **Informacje dodatkowe**

Wszelkie materiały (teksty, grafiki, zdjęcia itp.) przedstawione w niniejszej Karcie usługi są objęte prawem autorskim i podlegają ochronie na mocy „Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych” z dnia 4 lutego 1994 r. (t.j. Dz.U. 2022 poz. 2509). Kopiowanie, przetwarzanie, rozpowszechnianie tych materiałów w całości lub w części bez zgody Recon Consulting Sp. z o.o. jest zabronione.

Szkolenie może być zwolnione z VAT dla Uczestników, których poziom dofinansowania wynosi co najmniej 70% na podstawie:

§ 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień.

Zakres tematyczny przedmiotowej usługi rozwojowej prowadzi do zdobycia zielonych kompetencji.

## **Adres**

ul. Henryka Jordana 18  
40-043 Katowice

woj. śląskie

Sala szkoleniowa oznaczona tytułem szkolenia.

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

## Kontakt



**Sandra Walczyk**

**E-mail** [szkolenia@rcon.com.pl](mailto:szkolenia@rcon.com.pl)

**Telefon** (+48) 535 719 407