



Fundacja Homo  
Perfectus

★★★★★ 4,9 / 5  
1 892 oceny

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

Numer usługi 2026/05/04/28085/3534220

- 🗂 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 55:00 h
- 📅 21.07.2026 do 05.08.2026

13 750,00 PLN brutto  
13 750,00 PLN netto  
250,00 PLN brutto/h  
250,00 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie skierowane jest do osób odpowiedzialnych za komunikację w przedsiębiorstwie, w szczególności dla pracowników działów marketingu, osób współpracujących z klientami i kontrahentami, menedżerów, właścicieli. Ponadto kompetencja będzie przydatna dla osób zajmujących się zakupami/zamówieniami w przedsiębiorstwie.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	3
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	25
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	20-07-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	55
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Uczestnik szkolenia przygotowany jest do odpowiedzialnego planowania, analizowania i realizowania komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju, w sposób rzetelny, zgodny z obowiązującymi przepisami oraz odporny na ryzyko greenwashingu.

## 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>wyjaśnia definicję greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>omawia różne formy greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Charakteryzuje zjawisko greenwashingu</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>Test teoretyczny</p>
	<p>opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do prośrodowiskowych aspektów produktów i usług</p> <p>Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej</p>	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	Test teoretyczny
	opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem	Test teoretyczny
	wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową	Test teoretyczny
	identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem	Test teoretyczny
wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności	Test teoretyczny	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Analizuje oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju</p>	<p>wyjaśnia znaczenie oznaczeń odnoszących się do zgodności produktu, usługi lub działalności z zasadami zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
	<p>wymienia przykładowe oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zintegrowanego rozwoju</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
	<p>omawia kryteria świadczące o wiarygodności certyfikatów i znaków jakości w zakresie zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wymienia certyfikaty i znaki jakości, które nie spełniają kryteriów świadczących o wiarygodności certyfikatu lub znaku jakości</p> <p>opisuje sposoby weryfikowania wiarygodności oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Analizuje działania podmiotu w kontekście postępowania zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju</p>	<p>podaje przykłady działań zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
	<p>wskazuje przykłady działań, które mogą świadczyć o stosowaniu przez podmiot greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wymienia narzędzia do wykrywania działań o charakterze greenwashingu</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje strategie unikania greenwashingu	opisuje metody minimalizowania ryzyka występowania greenwashingu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa	Analiza dowodów i deklaracji
	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	Analiza dowodów i deklaracji
	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 Marketing i komunikacja w zielonej transformacji

#### **Blok 1.1 Marketing jako narzędzie komunikowania zrównoważonego rozwoju**

- Rola marketingu w kształtowaniu postaw konsumenckich
- Marketing informacyjny, wizerunkowy i sprzedażowy
- Odpowiedzialność marketerów za treść przekazu
- regulacje krajowe i unijne w kontekście odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju
- **Ćwiczenie:** identyfikacja elementów komunikacji środowiskowej w działaniach marketingowych marek

#### **Blok 1.2 Zrównoważony rozwój w strategii komunikacyjnej marki**

- Integracja ESG z marketingiem
- Spójność deklaracji z rzeczywistymi działaniami
- **Ćwiczenie:** analiza kampanii marketingowej pod kątem zgodności przekazu z praktyką firmy

#### **Blok 1.3 Konsument i percepcja przekazów środowiskowych**

- Jak konsumenci interpretują komunikaty „zielone”
- Ryzyko uproszczeń i nadinterpretacji
- **Ćwiczenie:** mapowanie reakcji konsumentów na wybrane komunikaty marketingowe

#### **Blok 1.4 Zaufanie, reputacja i odpowiedzialność komunikacyjna**

- Zaufanie jako kapitał marki
- Długofalowe skutki błędów komunikacyjnych
- **Ćwiczenie:** analiza przypadku utraty reputacji na skutek nierzetelnej komunikacji

### Dzień 2 Analiza rzetelności przekazów marketingowych

#### **Blok 2.1 Rzetelność informacji w marketingu**

- Fakty, dane, opinie i sugestie
- Kryteria rzetelnej informacji marketingowej
- **Ćwiczenie:** analiza komunikatu marketingowego – fakty vs. sugestie

## **Blok 2.2 Język marketingu prośrodowiskowego**

- Sformułowania wysokiego ryzyka
- Nadużycia pojęć „eko”, „zielony”, „neutralny”
- **Ćwiczenie:** identyfikacja nieprecyzyjnych i wprowadzających w błąd sformułowań

## **Blok 2.3 Warstwa wizualna przekazu marketingowego**

- Grafika, kolory, symbole jako sugestia ekologiczna
- **Ćwiczenie:** analiza materiałów wizualnych pod kątem ukrytych komunikatów

## **Blok 2.4 Marketing cyfrowy i media społecznościowe**

- Specyfika ESG w kanałach online
- Ryzyko uproszczeń i skrótów
- **Ćwiczenie:** ocena postów marketingowych pod kątem rzetelności informacji

## **Dzień 3 Greenwashing jako ryzyko marketingowe**

### **Blok 3.1 Istota i definicja greenwashingu**

- Czym jest greenwashing i dlaczego powstaje
- Przyczyny występowania i stosowania greenwashingu - motywacje przedsiębiorstw
- Skala zjawiska w różnych branżach
- Greenwashing jako efekt błędów marketingowych
- **Ćwiczenie:** rozpoznawanie przykładów greenwashingu z rynku

### **Blok 3.2 Formy i mechanizmy greenwashingu**

- Greenwashing językowy, wizualny i narracyjny
- Greencrowding, greenlighting, greenlabeling, greenhushing itd.
- Język greenwashingu i manipulacja przekazem
- Grafika, symbole i oznaczenia - wizualne formy greenwashingu, kolorystyka, ikony, sugestie wizualne
- Najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu
- Przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż
- **Ćwiczenie:** analiza materiałów graficznych pod kątem greenwashingu

### **Blok 3.3 Skutki greenwashingu**

- Konsekwencje reputacyjne i rynkowe
- Krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu
- Reakcje konsumentów i instytucji nadzorczych
- **Ćwiczenie:** analiza konsekwencji dla firmy – praca na case study

### **Blok 3.4 Odpowiedzialność zespołów marketingowych**

- Rozbieżność między deklaracjami a działaniami
- Rola marketerów, agencji i zarządów
- Obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju
- **Ćwiczenie:** identyfikacja punktów ryzyka greenwashingu w procesie marketingowym

## **Dzień 4 Sygnały ostrzegawcze, naruszenia i nieuczciwe praktyki**

### **Blok 4.1 Sygnały ostrzegawcze w przekazach marketingowych**

- Ogólniki, brak danych, nadmierne uproszczenia
- Słowa-klucze i sformułowania wysokiego ryzyka
- Nadużywanie pojęć „eko”, „zielony”, „neutralny”
- **Ćwiczenie:** stworzenie checklisty sygnałów ostrzegawczych

### **Blok 4.2 Certyfikaty, znaki jakości i standardy**

- Typy certyfikatów i znaków jakości, ich rola w komunikacji
- Kryteria oceny rzetelności
- Fałszywe i mylące oznaczenia
- Międzynarodowe i branżowe standardy
- Jak komunikować certyfikaty bez ryzyka greenwashingu

- **Ćwiczenie:** analiza wybranych certyfikatów pod kątem wiarygodności

#### **Blok 4.3 Nieuczciwe praktyki przedsiębiorców i wykrywanie naruszeń przepisów**

- Marketing wprowadzający w błąd
- Granice perswazji
- Naruszenia regulacji dot. komunikacji marketingowej
- odpowiedzialność prawna wobec konsumentów
- **Ćwiczenie:** identyfikacja potencjalnych naruszeń w materiałach reklamowych

#### **Blok 4.4 Marketing a odpowiedzialność społeczna**

- Etyka i odpowiedzialność komunikacyjna
- **Ćwiczenie:** opracowanie zasad odpowiedzialnej komunikacji marketingowej

### **Dzień 5 Strategie unikania i przeciwdziałania greenwashingowi**

#### **Blok 5.1 Strategie zapobiegania greenwashingowi**

- Projektowanie komunikacji opartej na faktach
- Długofalowe planowanie komunikacji
- Zasada „najpierw działanie, potem komunikacja”
- Spójność działań operacyjnych i komunikacyjnych
- **Ćwiczenie:** audyt komunikatu firmy

#### **Blok 5.2 Strategie reagowania na greenwashing**

- Jak reagować na zarzuty greenwashingu
- Rola UOKiK i innych instytucji
- procedury zgłaszania działań mających znamiona greenwashingu
- Korekta komunikacji i odbudowa zaufania
- **Ćwiczenie:** symulacja reakcji firmy na zarzut greenwashingu

#### **Blok 5.3 Długofalowe przeciwdziałanie greenwashingowi**

- Budowanie kultury odpowiedzialnej komunikacji
- Edukacja zespołów i partnerów
- Współpraca z dostawcami i partnerami
- cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu
- **Ćwiczenie:** projekt programu przeciwdziałania greenwashingowi w firmie

#### **Blok 5.4 Procedury i standardy wewnętrzne**

- Wewnętrzne zasady zatwierdzania komunikatów
- Rola compliance i zespołów marketingowych
- **Ćwiczenie:** projekt procedury weryfikacji komunikatów marketingowych

### **Dzień 6 Monitoring, reagowanie i doskonalenie komunikacji**

#### **Blok 6.1 Monitoring przekazów marketingowych**

- Sygnały ryzyka w komunikacji
- Stała analiza treści i sygnałów ryzyka
- **Ćwiczenie:** opracowanie modelu monitoringu komunikacji marketingowej

#### **Blok 6.2 Reagowanie na krytykę i zarzuty**

- Zarządzanie kryzysem komunikacyjnym
- Naprawa reputacji
- Odpowiedzi na zarzuty nierzetelnej komunikacji
- Szkolenia, procedury, dobre praktyki
- **Ćwiczenie:** przygotowanie oficjalnej odpowiedzi firmy na krytykę

#### **Blok 6.3 Analiza komunikacji marketingowej**

- Metody minimalizowania ryzyka występowania greenwashingu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa
- Przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji

- Standardy i dobre praktyki dotyczące odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej
- Rekomendacje zmian i działań naprawczych
- **Ćwiczenie:** opracowanie rekomendacji przeciwdziałania greenwashingowi dla wybranej firmy

#### **Blok 6.4 Doskonalenie kompetencji i przygotowanie do wdrożeń**

- Utrwalanie kompetencji analizy rzetelności przekazów marketingowych
- Samodzielna ocena komunikatów pod kątem ryzyk prawnych, reputacyjnych i wizerunkowych
- Przekładanie wniosków z monitoringu i analiz na realne działania marketingowe
- Najczęstsze błędy popełniane przez zespoły marketingowe – jak ich unikać
- **Ćwiczenie:** indywidualna analiza wybranego komunikatu marketingowego (audyt końcowy) wraz z propozycją jego korekty

### **Dzień 7 Projektowanie i wdrażanie odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w praktyce**

#### **Blok 7.1 Projektowanie komunikacji marketingowej odpornej na greenwashing**

- Projektowanie komunikatów marketingowych opartych na faktach i dowodach
- Dobór języka, narracji i argumentów w komunikacji prośrodowiskowej
- Ograniczanie ryzyka nadinterpretacji po stronie odbiorców
- Spójność komunikatu marketingowego z rzeczywistymi cechami produktu lub usługi
- **Ćwiczenie:** zaprojektowanie przykładowego komunikatu marketingowego o produkcie/usłudze z uwzględnieniem zasad unikania greenwashingu

#### **Blok 7.2 Integracja komunikacji marketingowej z działaniami operacyjnymi firmy**

- Powiązanie marketingu z działaniami operacyjnymi, zakupowymi i produkcyjnymi
- Współpraca marketingu z innymi działami (produkcja, logistyka, HR, compliance)
- Wewnętrzny obieg informacji jako element zapobiegania greenwashingowi
- Ryzyko rozbieżności między działaniami a komunikacją
- **Ćwiczenie:** mapowanie przepływu informacji w firmie i identyfikacja punktów ryzyka komunikacyjnego

#### **Blok 7.3 Strategia długofalowej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju**

- Planowanie długofalowej komunikacji prośrodowiskowej
- Dobór kanałów i form przekazu w czasie
- Spójność komunikacji online i offline
- Monitorowanie skuteczności i wiarygodności przekazów marketingowych
- **Ćwiczenie:** opracowanie szkicu długofalowej strategii komunikacji marketingowej uwzględniającej zasady odpowiedzialnej komunikacji

#### **Blok 7.4 Walidacja**

- Omówienie procesu walidacji
- Walidacja (test i zadanie praktyczne)
- Wynik walidacji i decyzja końcowa

**Godzina szkolenia trwa 60 minut. Przerwy i walidacja są wliczane do czasu trwania usługi szkoleniowej i jej kosztów.**

Usługa realizowana jest on-line w czasie rzeczywistym.

Zajęcia prowadzone w ramach szkolenia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi. Metody stosowane podczas szkolenia: wykład, praktyczne przykłady, ćwiczenia, analiza, testy sprawdzające wiedzę.

Szkolenie obejmuje 33 godz. zajęć teoretycznych, 14 godz. zajęć praktycznych oraz 1 godz. walidacji i przerwy.

Od uczestników szkolenia nie jest wymagana wiedza ani uprzednie doświadczenie z zakresu tematyki szkolenia. Liczba uczestników umożliwia wszystkim interaktywną swobodę udziału we wszystkich przewidzianych elementach zajęć.

Usługa nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych przedsiębiorcom lub ich pracownikom, z wyłączeniem kosztów związanych z pokryciem specyficznych potrzeb osób z niepełnosprawnościami, które mogą zostać sfinansowane w ramach projektu w ramach mechanizmu racjonalnych usprawnień, o którym mowa w Wytycznych dotyczących realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027.

Walidacja została opisana w punkcie "Informacje dodatkowe".

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 49

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 49</b> Blok 1.1 Marketing jako narzędzie komunikowania zrównoważonego rozwoju (2 godz.; test przed rozpoczęciem zajęć 0,5 h, wykłady 1h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	21-07-2026	08:00	10:00	02:00
<b>2 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	21-07-2026	10:00	10:15	00:15
<b>3 z 49</b> Blok 1.2 Zrównoważony rozwój w strategii komunikacyjnej marki (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	21-07-2026	10:15	12:15	02:00
<b>4 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	21-07-2026	12:15	12:45	00:30
<b>5 z 49</b> Blok 1.3 Konsument i percepcja przekazów środowiskowych (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	21-07-2026	12:45	14:45	02:00
<b>6 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	21-07-2026	14:45	15:00	00:15
<b>7 z 49</b> Blok 1.4 Zaufanie, reputacja i odpowiedzialność komunikacyjna (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	21-07-2026	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>8 z 49</b> Blok 2.1 Rzetelność informacji w marketingu (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	22-07-2026	08:00	10:00	02:00
<b>9 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	22-07-2026	10:00	10:15	00:15
<b>10 z 49</b> Blok 2.2 Język marketingu prośrodowiskowego (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	22-07-2026	10:15	12:15	02:00
<b>11 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	22-07-2026	12:15	12:45	00:30
<b>12 z 49</b> Blok 2.3 Warstwa wizualna przekazu marketingowego (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	22-07-2026	12:45	14:45	02:00
<b>13 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	22-07-2026	14:45	15:00	00:15
<b>14 z 49</b> Blok 2.4 Marketing cyfrowy i media społecznościowe (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	22-07-2026	15:00	16:00	01:00
<b>15 z 49</b> Blok 3.1 Istota i definicja greenwashingu (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	23-07-2026	08:00	10:00	02:00
<b>16 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	23-07-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>17 z 49</b> Blok 3.2 Formy i mechanizmy greenwashingu (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	23-07-2026	10:15	12:15	02:00
<b>18 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	23-07-2026	12:15	12:45	00:30
<b>19 z 49</b> Blok 3.3 Skutki greenwashingu (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	23-07-2026	12:45	14:45	02:00
<b>20 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	23-07-2026	14:45	15:00	00:15
<b>21 z 49</b> Blok 3.4 Odpowiedzialność zespołów marketingowych (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	23-07-2026	15:00	16:00	01:00
<b>22 z 49</b> Blok 4.1 Sygnały ostrzegawcze w przekazach marketingowych (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	28-07-2026	08:00	10:00	02:00
<b>23 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	28-07-2026	10:00	10:15	00:15
<b>24 z 49</b> Blok 4.2 Certyfikaty, znaki jakości i standardy (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	28-07-2026	10:15	12:15	02:00
<b>25 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	28-07-2026	12:15	12:45	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>26 z 49</b> Blok 4.3 Nieuczciwe praktyki przedsiębiorców i wykrywanie naruszeń przepisów (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	28-07-2026	12:45	13:45	01:00
<b>27 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	28-07-2026	13:45	14:00	00:15
<b>28 z 49</b> Blok 4.4 Marketing a odpowiedzialność społeczna (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	28-07-2026	14:00	15:00	01:00
<b>29 z 49</b> Blok 5.1 Strategie zapobiegania greenwashingowi (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	29-07-2026	08:00	10:00	02:00
<b>30 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	29-07-2026	10:00	10:15	00:15
<b>31 z 49</b> Blok 5.2 Strategie reagowania na greenwashing (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	29-07-2026	10:15	12:15	02:00
<b>32 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	29-07-2026	12:15	12:45	00:30
<b>33 z 49</b> Blok 5.3 Długofalowe przeciwdziałanie greenwashingowi (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	29-07-2026	12:45	14:45	02:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>34 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	29-07-2026	14:45	15:00	00:15
<b>35 z 49</b> Blok 5.4 Procedury i standardy wewnętrzne (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	29-07-2026	15:00	16:00	01:00
<b>36 z 49</b> Blok 6.1 Monitoring przekazów marketingowych (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	04-08-2026	08:00	10:00	02:00
<b>37 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	04-08-2026	10:00	10:15	00:15
<b>38 z 49</b> Blok 6.2 Reagowanie na krytykę i zarzuty (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	04-08-2026	10:15	12:15	02:00
<b>39 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	04-08-2026	12:15	12:45	00:30
<b>40 z 49</b> Blok 6.3 Analiza komunikacji marketingowej (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	04-08-2026	12:45	14:45	02:00
<b>41 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	04-08-2026	14:45	15:00	00:15
<b>42 z 49</b> Blok 6.4 Doskonalenie kompetencji i przygotowanie do wdrożeń (1 godz.; wykłady 0,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	04-08-2026	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>43 z 49</b> Blok 7.1 Projektowanie komunikacji marketingowej odpornej na greenwashing (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	05-08-2026	08:00	10:00	02:00
<b>44 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	05-08-2026	10:00	10:15	00:15
<b>45 z 49</b> Blok 7.2 Integracja komunikacji marketingowej z działaniami operacyjnymi firmy (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	05-08-2026	10:15	12:15	02:00
<b>46 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	05-08-2026	12:15	12:45	00:30
<b>47 z 49</b> Blok 7.3 Strategia długofalowej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju (2 godz.; wykłady 1,5h, ćwiczenia 0,5h)	Tymoteusz Mitlewski	05-08-2026	12:45	14:45	02:00
<b>48 z 49</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	05-08-2026	14:45	15:00	00:15
<b>49 z 49</b> Blok 7.4 Walidacja i podsumowanie szkolenia (1 godz.; test 0,5h, analiza dowodów 0,5h)	-	05-08-2026	15:00	16:00	01:00

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	13 750,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	13 750,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	250,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	250,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Tymoteusz Mitlewski

Absolwent Uniwersytetu Wiedeńskiego na kierunku komunikacja i stosunki międzyludzkie. Praktyk z ponad 25 letnim doświadczeniem, właściciel agencji PR. Doradca zarządów, twórca zespołów, kreator brandów i kampanii, w tym CSR. Doświadczenie nabywał pracując dla firm - od startupów po korporacje - z kilkudziesięciu branż. Autor wielu koncepcji, kreacji, kampanii i eventów w tym 5-letniego, projektu CSR. Brał udział i prowadził projekty w obszarach tworzenia i modyfikowania struktur organizacyjnych, mapowania i optymalizacji procesów biznesowych, przygotowywania i wdrażania strategii, audytów i analiz efektywnościowych, zarządzania zmianą oraz benchmarkingu. Specjalizuje się w doradztwie biznesowym, optymalizacji komunikacji przedsiębiorstw, budowaniu nowych produktów/brandów, a także integracji technologii cyfrowych i procesów biznesowych w przedsiębiorstwach. Posiada ponad 3 lata doświadczenia w obszarze związanym z komunikacją marketingową w obszarze zrównoważonego rozwoju, doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR oraz ponad 100 h doświadczenia w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

W trakcie szkolenia uczestnicy otrzymają dostęp do materiałów szkoleniowych - prezentacja w formacie .pdf oraz dostęp do materiałów multimedialnych.

Zgodnie z § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień, usługi kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego finansowane w co najmniej 70% ze środków publicznych są zwolnione z podatku VAT.

Usługa nie wynika z obowiązku przeprowadzenia szkoleń na zajmowanym stanowisku pracy wynikających z odrębnych przepisów prawa (np. wstępne i okresowe szkolenia z zakresu BHP, szkolenia okresowe potwierdzające kwalifikacje na zajmowanym stanowisku pracy); nie dotyczy umiejętności lub kompetencji podstawowych tj. (z ang. basic skills: literacy, numeracy, ICT skills); nie jest tożsama z usługą, która została wcześniej sfinansowana w ramach dofinansowania z innych źródeł.

Usługa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu.

## Walidacja

odbywa się po zakończeniu szkolenia. Trener prowadzący szkolenie przygotowuje walidację (określa metody oceny, narzędzia), wyjaśnia procedurę walidacji, uruchamia testy oraz zbiera przygotowane prace. Ocena testu końcowego i prac prowadzi osoba walidująca.

### Test teoretyczny

- Metoda służy do sprawdzenia wiedzy i rozumienia kluczowych pojęć, zasad i procesów.
- Dla zweryfikowania wzrostu poziomu wiedzy przeprowadzany jest test na początku szkolenia i po szkoleniu.
- Test jest przygotowany w formie zdalnej (online), w warunkach kontrolowanych (czas, dostęp). Uczestnicy otrzymują link do formularza online.
- Narzędzia: formularz testu, zestaw kluczy odpowiedzi i oceny, rejestr wyników.
- Wynik testu stanowi część oceny końcowej walidacji.
- Próg - 70% prawidłowych odpowiedzi.

### Analiza dowodów i deklaracji

#### - zadanie praktyczne - studium przypadku

- Metoda polega na zbadaniu wytworów danej osoby pod kątem tego, w jakim stopniu mogą one świadczyć o osiągnięciu przez kandydata wybranych efektów uczenia się.
- Uczestnik przedkłada w formie pisemnej własne wypełnione zadanie praktyczne - studium przypadku.
- Osoba walidująca analizuje dostarczone dokumenty z wykorzystaniem przygotowanego formularza oceny i klucza, który przyporządkowuje konkretne wytwory do kryteriów weryfikacji.
- Raport z analizy dowodów; decyzja końcowa.

Wynik końcowy: połączenie wyniku testu + oceny dokumentów → decyzja o pozytywnym potwierdzeniu efektów.

W razie niezaliczenia jednej z metod – kandydat może zostać skierowany do poprawki testu lub uzupełnienia dokumentów.

Dokumentacja potwierdzająca udział i wynik walidacji - certyfikat.

## Informacje dodatkowe

Warunkiem uzyskania zaświadczenia o ukończeniu szkolenia jest obecność na min. 80% czasu trwania szkolenia i uzyskanie pozytywnego wyniku walidacji z testu (70% prawidłowych odpowiedzi) oraz pozytywnego wyniku walidacji w postaci analizy dowodów i deklaracji (zadanie praktyczne - studium przypadku).

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.

Firma szkoleniowa nie jest podmiotem pełniącym funkcję Beneficjenta lub partnera w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS.

Firma nie jest podmiotem pełniącym funkcję Beneficjenta lub partnera w danym projekcie albo przez podmiot powiązany z Beneficjentem lub partnerem kapitałowo lub osobowo.

## Warunki techniczne

1) **Platforma** (rodzaj komunikatora): WEBEX (<http://webex.com.video-conferencing>), platforma obsługiwana jest przez dedykowaną aplikację lub przeglądarkę. Każdy uczestnik przed rozpoczęciem usługi otrzyma pomoc techniczną w zakresie obsługi platformy Webex.

2) Minimalne **wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego**: 20/20 Mbit – zalecane do płynnej transmisji;

3) Minimalne **wymagania sprzętowe**: urządzenie (komputer, tablet, smartphone itp.) z dostępem do internetu. Rekomenduje się dostęp do kamery i mikrofonu.

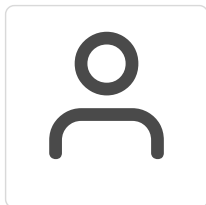
4) Niezbędne **oprogramowanie** umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: czytnik plików w formacie .pdf oraz .doc(x);

5) Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line: ważny przez okres trwania szkolenia. Link do szkolenia zostanie wysłany użytkownik na wskazane adresy e-mail.

Podstawą do rozliczenia usługi jest przedstawienie wygenerowanego z systemu raportu, umożliwiającego weryfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Miejsce prowadzenia usługi przez trenera i prowadzenia walidacji: ul. Karkonoska 10, 53-015 Wrocław.

## Kontakt



**Alicja Koszewar**

**E-mail** [a.koszewar@homoperfectus.org](mailto:a.koszewar@homoperfectus.org)

**Telefon** (+48) 500 244 644