



INFORNET.EU
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 5,0 / 5
6 896 ocen

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

Numer usługi 2026/06/26/21358/3651864

📍 Ostrów Wielkopolski

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 48:00 h

📅 03.08.2026 do 13.08.2026

11 867,04 PLN brutto

9 648,00 PLN netto

247,23 PLN brutto/h

201,00 PLN netto/h

284,58 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Grupa docelowa usługi	Kompetencja przeznaczona jest dla 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.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	02-08-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnik szkolenia nabędzie wiedzę na temat zjawiska greenwashingu, jego mechanizmów, stosowanych praktyk oraz obowiązujących regulacji prawnych i standardów rynkowych, a także rozwinie umiejętności analizy przekazów marketingowych pod kątem rzetelności informacji środowiskowych, identyfikowania nieuczciwych praktyk oraz stosowania działań zapobiegających greenwashingowi w komunikacji przedsiębiorstwa.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje uwarunkowania prawne dotyczące komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	-omawia regulacje krajowe i unijne w kontekście odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju -omawia krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu -opisuje obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju - opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
Charakteryzuje zjawisko greenwashingu Analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do środowiskowych aspektów produktów i usług	-wyjaśnia definicję greenwashingu -omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing) -wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu -podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż -wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu -omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów -opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne) -wymienia typowe sformułowania stosowane w języku greenwashingu -wskazuje w komunikatach marketingowych (np. w reklamach, na etykietach) hasła, sformułowania, oznaczenia, grafiki, które mogą świadczyć o greenwashingu -opisuje przykłady komunikatów marketingowych będących działaniami o charakterze greenwashingu -rozpoznaje komunikaty marketingowe będące greenwashingiem	Test teoretyczny Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje zgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej	-wskazuje kryteria pomagające zidentyfikować niezgodność produktu, usługi lub działalności z komunikacją marketingową -identyfikuje rzeczywiste cechy produktu, usługi lub działalności niezgodne z opisem -wymienia metody poszukiwania dowodów na potwierdzenie cech produktu, usługi lub działalności	Analiza dowodów i deklaracji
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 -wymienia przykładowe oznaczenia, certyfikaty i znaki jakości potwierdzające zgodność produktu, usługi lub działalności z założeniami zintegrowanego rozwoju -omawia kryteria świadczące o wiarygodności certyfikatów i znaków jakości w zakresie zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju -wymienia certyfikaty i znaki jakości, które nie spełniają kryteriów świadczących o wiarygodności certyfikatu lub znaku jakości -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 -wskazuje przykłady działań, które mogą świadczyć o stosowaniu przez podmiot greenwashingu -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 -opisuje przykłady odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju -omawia standardy i dobre praktyki dotyczące odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju -wymienia działania i mechanizmy sprzyjające budowaniu odpowiedzialnej i transparentnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju -określa kryteria wyboru dostawców, wykonawców, usługodawców w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu -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 -wymienia instytucje, które przyjmują zgłoszenia w zakresie stosowania greenwashingu -opisuje rolę Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz innych instytucji w przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom o charakterze greenwashingu -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

BLOK I

Marketing i komunikacja w zielonej transformacji

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 komunikacji zrównoważonej
- ćwiczenie identyfikacji elementów komunikacji prośrodowiskowej

2. Zrównoważony rozwój w strategii komunikacyjnej marki

- Integracja ESG z marketingiem
- Spójność deklaracji z rzeczywistymi działaniami
- analiza kampanii marketingowej

3. Konsument i percepcja przekazów prośrodowiskowych

- Jak konsumenci interpretują komunikaty „zielone”
- Ryzyko uproszczeń i nadinterpretacji

4. Zaufanie, reputacja i odpowiedzialność komunikacyjna

- Zaufanie jako kapitał marki
- Długofalowe skutki błędów komunikacyjnych
- ćwiczenie: analiza przypadku utraty reputacji

BLOK II

Rzetelność komunikacji i greenwashing

1. Rzetelność informacji w marketingu

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

2. Język i wizualne aspekty komunikacji prośrodowiskowej

- Sformułowania wysokiego ryzyka
- Nadużycia pojęć „eko”, „zielony”, „neutralny”
- Grafika, kolory, symbole jako sugestia ekologiczna
- Ćwiczenie: analiza materiałów marketingowych i wizualnych

3. Greenwashing – definicja, przyczyny, formy

- Istota greenwashingu i jego skala w różnych branżach
- Greencrowding, greenlighting, greenlabeling, greenhushing
- Techniki i praktyki stosowane przez przedsiębiorstwa

- Ćwiczenie: rozpoznawanie przykładów greenwashingu

4. Skutki greenwashingu

- Konsekwencje reputacyjne, prawne i finansowe
- Reakcje konsumentów i instytucji nadzorczych
- Ćwiczenie: analiza case study

BLOK III

Certyfikaty, standardy i strategie przeciwdziałania

1. Sygnały ostrzegawcze w komunikacji marketingowej

- Ogólniki, brak danych, nadmierne uproszczenia
- Słowa-klucze i wysokiego ryzyka
- Ćwiczenie: stworzenie checklisty sygnałów ostrzegawczych

2. Certyfikaty, znaki jakości i standardy

- Typy certyfikatów i ich wiarygodność
- Fałszywe i mylące oznaczenia
- Kryteria oceny rzetelności

3. Strategie unikania greenwashingu

- Minimalizowanie ryzyka w komunikacji marketingowej
- Spójność działań operacyjnych i komunikacyjnych
- Zasada „najpierw działanie, potem komunikacja”

4. Długofalowe przeciwdziałanie greenwashingowi

- Edukacja zespołów i partnerów
- Budowanie kultury odpowiedzialnej komunikacji
- Współpraca z dostawcami
- Ćwiczenie: koncepcja stworzenia projektu programu przeciwdziałania greenwashingowi

BLOK IV

Monitoring, reagowanie i walidacja

1. Monitoring komunikacji i reagowanie na krytykę

- Stała analiza treści i sygnałów ryzyka
- Zarządzanie kryzysem komunikacyjnym

2. Procedury wewnętrzne i standardy

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

3. Kontrola jakości komunikacji marketingowej

- Etapy weryfikacji materiałów
- Identyfikowanie ryzyk przed publikacją
- Dobre praktyki zatwierdzania komunikatów

BLOK V

Dobre praktyki odpowiedzialnej komunikacji

1. Zasady tworzenia wiarygodnych komunikatów

- Jak przygotowywać rzetelne informacje dla klientów
- Znaczenie przejrzystości i prostego języka
- Unikanie przesadnych deklaracji środowiskowych
- Komunikacja oparta na faktach

2. Budowanie zaufania klientów

- Wiarygodność jako element przewagi konkurencyjnej
- Znaczenie spójności komunikacji
- Odpowiedzialność przedsiębiorcy za przekazy marketingowe

3. Najczęstsze błędy w komunikacji

- Nieprecyzyjne sformułowania
- Nadużywanie określeń „eko”, „naturalny”, „zielony”
- Brak potwierdzenia deklarowanych działań

4. Przykłady dobrych praktyk

- Analiza poprawnych komunikatów marketingowych
- Omówienie przykładów z różnych branż
- Ćwiczenie: Ocena wybranych komunikatów pod kątem ich rzetelności.

BLOK VI

Planowanie i doskonalenie komunikacji przedsiębiorstwa

1. Planowanie komunikacji

- Określanie celów komunikacji
- Dobór odpowiednich kanałów przekazu
- Dostosowanie komunikatów do odbiorców

2. Monitorowanie komunikacji

- Sprawdzanie aktualności publikowanych informacji
- Reagowanie na uwagi klientów
- Aktualizacja materiałów marketingowych

3. Działania zapobiegające greenwashingowi

- Weryfikacja informacji przed publikacją
- Korzystanie z wiarygodnych źródeł danych
- Zachowanie zgodności komunikacji z rzeczywistymi działaniami firmy

4. Podsumowanie szkolenia

- Najważniejsze zagadnienia oraz wnioski dotyczące przeciwdziałania greenwashingowi
- Dobre praktyki do wdrożenia w codziennej działalności
- Omówienie pytań uczestnika
- Ćwiczenie: Opracowanie krótkiej listy zasad odpowiedzialnej komunikacji dla własnej działalności.

BLOK VII

1. Sprawdzenie nabytej wiedzy - walidacja

- Test teoretyczny
- Zadania praktyczne - studium przypadków w formie pisemnej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 37

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 37 1. Marketing jako narzędzie komunikowania zrównoważonego rozwoju	Zajęcia	Paweł Sobczak	03-08-2026	08:00	10:00	02:00
2 z 37 -	Przerwa	-	03-08-2026	10:00	10:30	00:30
3 z 37 2. Zrównoważony rozwój w strategii komunikacyjnej marki	Zajęcia	Paweł Sobczak	03-08-2026	10:30	12:00	01:30
4 z 37 3. Konsument i percepcja przekazów prośrodowiskowych	Zajęcia	Paweł Sobczak	03-08-2026	12:00	14:00	02:00
5 z 37 -	Przerwa	-	03-08-2026	14:00	14:30	00:30
6 z 37 4. Zaufanie, reputacja i odpowiedzialność komunikacyjna	Zajęcia	Paweł Sobczak	03-08-2026	14:30	16:00	01:30
7 z 37 1. Rzetelność informacji w marketingu	Zajęcia	Paweł Sobczak	04-08-2026	08:00	10:00	02:00
8 z 37 -	Przerwa	-	04-08-2026	10:00	10:30	00:30
9 z 37 2. Język i wizualne aspekty komunikacji prośrodowiskowej	Zajęcia	Paweł Sobczak	04-08-2026	10:30	12:00	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 37 3. Greenwashing – definicja, przyczyny, formy	Zajęcia	Paweł Sobczak	04-08-2026	12:00	14:00	02:00
11 z 37 -	Przerwa	-	04-08-2026	14:00	14:30	00:30
12 z 37 4. Skutki greenwashingu	Zajęcia	Paweł Sobczak	04-08-2026	14:30	16:00	01:30
13 z 37 1. Sygnały ostrzegawcze w komunikacji marketingowej	Zajęcia	Paweł Sobczak	10-08-2026	08:00	10:00	02:00
14 z 37 -	Przerwa	-	10-08-2026	10:00	10:30	00:30
15 z 37 2. Certyfikaty, znaki jakości i standardy	Zajęcia	Paweł Sobczak	10-08-2026	10:30	12:30	02:00
16 z 37 3. Strategie unikania greenwashingu	Zajęcia	Paweł Sobczak	10-08-2026	12:30	13:30	01:00
17 z 37 -	Przerwa	-	10-08-2026	13:30	14:00	00:30
18 z 37 4. Długofalowe przeciwdziałanie greenwashingowi	Zajęcia	Paweł Sobczak	10-08-2026	14:00	16:00	02:00
19 z 37 1. Monitoring komunikacji i reagowanie na krytykę	Zajęcia	Paweł Sobczak	11-08-2026	06:00	08:00	02:00
20 z 37 -	Przerwa	-	11-08-2026	08:00	08:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 37 2. Procedury wewnętrzne i standardy	Zajęcia	Paweł Sobczak	11-08-2026	08:30	12:00	03:30
22 z 37 -	Przerwa	-	11-08-2026	12:00	12:30	00:30
23 z 37 3. Kontrola jakości komunikacji marketingowej	Zajęcia	Paweł Sobczak	11-08-2026	12:30	14:00	01:30
24 z 37 1. Zasady tworzenia wiarygodnych komunikatów	Zajęcia	Paweł Sobczak	12-08-2026	06:00	08:00	02:00
25 z 37 -	Przerwa	-	12-08-2026	08:00	08:30	00:30
26 z 37 2. Budowanie zaufania klientów	Zajęcia	Paweł Sobczak	12-08-2026	08:30	10:30	02:00
27 z 37 3. Najczęstsze błędy w komunikacji	Zajęcia	Paweł Sobczak	12-08-2026	10:30	12:00	01:30
28 z 37 -	Przerwa	-	12-08-2026	12:00	12:30	00:30
29 z 37 4. Przykłady dobrych praktyk	Zajęcia	Paweł Sobczak	12-08-2026	12:30	14:00	01:30
30 z 37 1. Planowanie komunikacji	Zajęcia	Paweł Sobczak	13-08-2026	06:00	08:00	02:00
31 z 37 -	Przerwa	-	13-08-2026	08:00	08:30	00:30
32 z 37 2. Monitorowanie komunikacji	Zajęcia	Paweł Sobczak	13-08-2026	08:30	10:00	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
33 z 37 3. Działania zapobiegające greenwashingowi	Zajęcia	Paweł Sobczak	13-08-2026	10:00	11:00	01:00
34 z 37 4. Podsumowanie szkolenia	Zajęcia	Paweł Sobczak	13-08-2026	11:00	12:00	01:00
35 z 37 -	Przerwa	-	13-08-2026	12:00	12:30	00:30
36 z 37 4. Podsumowanie szkolenia c.d.	Zajęcia	Paweł Sobczak	13-08-2026	12:30	13:00	00:30
37 z 37 -	Walidacja	-	13-08-2026	13:00	14:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	48:00
w tym suma godzin zajęć	41:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	06:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	56:00

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	11 867,04 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 648,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	247,23 PLN
Koszt osobogodziny netto	201,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	48:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Paweł Sobczak

Trener posiada ponad 5-letnie doświadczenie w obszarze komunikacji marketingowej, zrównoważonego rozwoju oraz odpowiedzialnej komunikacji przedsiębiorstw. Od wielu lat prowadzi firmę specjalizującą się w usługach doradczych i rozwojowych dla przedsiębiorstw, mając na swoim koncie ponad 100 godzin szkoleń i warsztatów z zakresu komunikacji marketingowej, ESG, zrównoważonego rozwoju oraz przeciwdziałania zjawisku greenwashingu. Specjalizuje się w analizie komunikacji marketingowej pod kątem zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju, identyfikowaniu ryzyk związanych z greenwashingiem, opracowywaniu transparentnych i wiarygodnych komunikatów dotyczących działań środowiskowych oraz wspieraniu przedsiębiorstw w budowaniu odpowiedzialnej komunikacji zgodnej z aktualnymi wymaganiami i regulacjami. Posiada doświadczenie w realizacji usług szkoleniowych i doradczych dla przedsiębiorstw wdrażających rozwiązania z zakresu zrównoważonego rozwoju oraz dostosowujących swoją komunikację do zasad odpowiedzialnego marketingu, w tym w ocenie przekazów marketingowych pod kątem ryzyka greenwashingu oraz opracowywaniu rekomendacji dotyczących odpowiedzialnej komunikacji. Posiada certyfikaty potwierdzające kompetencje w obszarze komunikacji i zrównoważonego rozwoju, m.in. Certyfikat ESG i Zrównoważonego Rozwoju, Certyfikat Strategii Zrównoważonego Biznesu, Certyfikat Odpowiedzialnego Marketingu i Komunikacji Zrównoważonego Rozwoju oraz Certyfikat Trenera Biznesu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dydaktyczne.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć.

Ponadto, uzyskanie min. 80% punktów z testu wiedzy z zakresu tematycznego szkolenia oraz zaliczenie zadania praktycznego (studium przypadków w formie pisemnej) na poziomie co najmniej 80%.

Proces walidacji efektów uczenia się obejmuje zarówno test wiedzy, jak i zadanie praktyczne.

Informacje dodatkowe

Szkolenie odbywa się w godzinach zegarowych - 1 godz - 60min

Przerwy wliczają się w czas szkolenia.

Walidacja wliczona w czas szkolenia.

Walidacja wliczona w cenę szkolenia.

Zapis na usługę tylko po wcześniejszym kontakcie z firmą szkoleniową.

Zwolnienie z VAT na podstawie rozporządzenia MF z dnia 26.06.2025 poz. 832 (rozdział 2 par.3.ust.1 pkt 14) - dla osób, które mają min. 70% dofinansowania.

Adres

ul. Żółkiewskiego 8
63-400 Ostrów Wielkopolski
woj. wielkopolskie

W dniach 3,4,10/08 szkolenie odbędzie się pod adresem : Ostrów Wlkp., ul. Żółkiewskiego 8, natomiast w dniach 11,12,13/08 odbędzie się po adresem: 62-430 Przybrodzin 31/33

Kontakt



Paweł Sobczak

E-mail biuro@szkoleniaunijne.eu

Telefon (+48) 798 932 003