



EduEasy Justyna
Szewiła

★★★★★ 4,9 / 5

132 oceny

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

Numer usługi 2026/07/27/163468/3712875

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📅 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 26:00 h
- 📅 10.08.2026 do 17.08.2026

6 288,00 PLN brutto
6 288,00 PLN netto
241,85 PLN brutto/h
241,85 PLN netto/h
284,58 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Grupa docelowa usługi	Usługa skierowana 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	2
Maksymalna liczba uczestników	25
Data zakończenia rekrutacji	07-08-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do analizowania przekazów marketingowych pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do prośrodowiskowych aspektów produktów i usług, identyfikowaniem sygnałów ostrzegawczych, nieuczciwych praktyk przedsiębiorców i wykrywaniem naruszeń przepisów w tym zakresie oraz wiedzę na temat zjawiska greenwashingu oraz stosowanych technik i praktyk greenwashingu. Przygotowuje do korzystania z regulacji prawnych dotyczących greenwashingu oraz standardów działania w tym zakresie.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
1. WIEDZA - Uczestnik analizuje uwarunkowania prawne dotyczące komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	omawia regulacje krajowe i unijne w kontekście odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	omawia krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące greenwashingu	Test teoretyczny
	opisuje obowiązki przedsiębiorstw w zakresie komunikowania w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	opisuje zakres odpowiedzialności prawnej wobec konsumentów związanej z komunikowaniem w obszarze zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny
	wyjaśnia definicję greenwashingu	Test teoretyczny
	omawia różne formy greenwashingu (np. greencrowding, greenlighting, greenshifting, greenlabeling, greenrinsing, greenhushing)	Wywiad ustrukturyzowany
2. WIEDZA - Uczestnik charakteryzuje zjawisko greenwashingu	wskazuje przyczyny występowania i stosowania greenwashingu	Wywiad ustrukturyzowany
	podaje przykłady działań o charakterze greenwashingu z różnych branż	Test teoretyczny
	wymienia najczęściej stosowane techniki i praktyki greenwashingu	Test teoretyczny
	omawia wpływ działań o charakterze greenwashingu na zaufanie klientów	Test teoretyczny
	opisuje konsekwencje stosowania greenwashingu dla przedsiębiorstwa (np. wizerunkowe, finansowe, prawne)	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
3. UMIEJĘTNOŚCI - Uczestnik analizuje komunikaty marketingowe pod kątem rzetelności informacji odnoszących się do prośrodowiskowych aspektów produktów i usług 4. UMIEJĘTNOŚCI - Uczestnik analizuje zgodność produktów i usług z informacjami na ich temat zawartymi w komunikacji marketingowej	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	Wywiad ustrukturyzowany
	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	Wywiad ustrukturyzowany

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
5. UMIEJĘTNOŚCI - Uczestnik 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 opisuje sposoby weryfikowania wiarygodności oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju	Test teoretyczny Test teoretyczny
6. UMIEJĘTNOŚCI - Uczestnik 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	Wywiad ustrukturyzowany

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
7. UMIEJĘTNOŚCI - Uczestnik 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
8. KOMPETENCJE SPOŁECZNE - Uczestnik realizuje działania z zakresu przeciwdziałania greenwashingowi	kreśla cechy produktów, usług, prowadzonych działań w sposób mający na celu uniknięcie działań o charakterze greenwashingu	Test teoretyczny
	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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie 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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

I. PROGRAM USŁUGI

1. Uwarunkowania prawne dotyczące komunikacji marketingowej w obszarze zrównoważonego rozwoju

- 1.1. Podstawy prawne komunikacji marketingowej w UE i Polsce
- 1.2. Regulacje Unii Europejskiej dotyczące zrównoważonego marketingu (m.in. Dyrektywa o zielonych oświadczeniach – Green Claims Directive)
- 1.3. Przepisy dotyczące uczciwej konkurencji i przeciwdziałania wprowadzaniu konsumenta w błąd
- 1.4. Rola Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) i innych organów nadzoru
- 1.5. Standardy etyczne i branżowe kodeksy reklamy (m.in. Kodeks Etyki Reklamy, ICC)
- 1.6. Zasady stosowania oświadczeń środowiskowych w materiałach marketingowych
- 1.7. Odpowiedzialność prawna i reputacyjna za wprowadzające w błąd przekazy ekologiczne

2. Zjawisko greenwashingu – istota i mechanizmy

- 2.1. Definicja i geneza pojęcia greenwashing
- 2.2. Typowe formy i praktyki greenwashingu w marketingu
- 2.3. Przyczyny występowania zjawiska greenwashingu w przedsiębiorstwach
- 2.4. Skutki greenwashingu dla konsumentów, firm i rynku
- 2.5. Rola opinii publicznej i mediów w ujawnianiu przypadków greenwashingu
- 2.6. Przykłady greenwashingu w różnych branżach (energetyka, moda, FMCG, transport, IT)
- 2.7. Granica między autentycznym marketingiem ekologicznym a greenwashingiem

3. Analiza rzetelności komunikatów marketingowych

- 3.1. Identyfikacja elementów komunikatu marketingowego odnoszących się do aspektów środowiskowych

- 3.2. Kryteria oceny prawdziwości i wiarygodności komunikatów proekologicznych
- 3.3. Wykorzystanie danych, raportów i certyfikatów jako źródeł weryfikacji
- 3.4. Analiza przykładów komunikatów w mediach i kampaniach reklamowych
- 3.5. Wykrywanie manipulacji, uproszczeń i nadinterpretacji w przekazach reklamowych
- 3.6. Tworzenie wzorców rzetelnej komunikacji marketingowej w duchu zrównoważonego rozwoju

4. Analiza zgodności produktów i usług z informacjami w komunikacji marketingowej

- 4.1. Weryfikacja deklarowanych cech produktu z rzeczywistym cyklem życia produktu (LCA)
- 4.2. Zgodność informacji środowiskowych na etykiecie i w materiałach promocyjnych
- 4.3. Analiza źródeł danych wykorzystywanych w oświadczeniach środowiskowych
- 4.4. Studium przypadków – przykłady produktów o niezgodnych deklaracjach
- 4.5. Ocena dowodów potwierdzających zgodność działań z deklaracjami marketingowymi
- 4.6. Zasady formułowania wiarygodnych informacji o produktach i usługach

5. Analiza oznaczeń, certyfikatów i znaków jakości w zakresie zrównoważonego rozwoju

- 5.1. Typy oznaczeń i certyfikatów środowiskowych (publiczne, branżowe, prywatne)
- 5.2. Etykiety ekologiczne i certyfikaty produktowe (np. EU Ecolabel, FSC, Fairtrade, Energy Star)
- 5.3. Kryteria nadawania i zasady stosowania certyfikatów
- 5.4. Różnice między certyfikatami uznanymi a pseudoekologicznymi oznaczeniami
- 5.5. Analiza wiarygodności i zasięgu stosowania poszczególnych oznaczeń
- 5.6. Rozpoznawanie fałszywych lub wprowadzających w błąd symboli ekologicznych
- 5.7. Przykłady nadużyć związanych z użyciem certyfikatów i oznaczeń

6. Analiza działań podmiotu w kontekście zrównoważonego rozwoju

- 6.1. Identyfikacja działań przedsiębiorstwa w obszarze środowiskowym, społecznym i ekonomicznym
- 6.2. Wskaźniki i mierniki zrównoważonego rozwoju (np. emisje CO₂, zużycie energii, gospodarka odpadami)
- 6.3. Analiza raportów ESG i niefinansowych sprawozdań firm
- 6.4. Ocena spójności działań operacyjnych z komunikacją marketingową
- 6.5. Transparentność i wiarygodność informacji udostępnianych interesariuszom
- 6.6. Identyfikacja luk między deklaracjami a praktyką w działalności firmy
- 6.7. Dobre praktyki w raportowaniu i komunikowaniu działań zrównoważonych

7. Strategie unikania greenwashingu

- 7.1. Zasady transparentnej i etycznej komunikacji marketingowej
- 7.2. Wewnętrzne procedury weryfikacji komunikatów proekologicznych
- 7.3. Rola działu marketingu, PR i CSR w zapobieganiu greenwashingowi
- 7.4. Tworzenie standardów i polityk komunikacji w zakresie zrównoważonego rozwoju
- 7.5. Kształtowanie autentycznego przekazu opartego na faktach i danych
- 7.6. Edukacja i szkolenia pracowników w zakresie odpowiedzialnej komunikacji
- 7.7. Wdrażanie zasad „green claim check” w codziennej praktyce marketingowej

8. Przeciwdziałanie greenwashingowi w praktyce organizacyjnej

- 8.1. Budowanie kultury organizacyjnej opartej na transparentności i odpowiedzialności
- 8.2. Reagowanie na przypadki nieuczciwych praktyk marketingowych w organizacji
- 8.3. Promowanie etycznych standardów komunikacji wśród współpracowników i partnerów
- 8.4. Współpraca między działami (marketing, CSR, prawo, compliance) w przeciwdziałaniu greenwashingowi
- 8.5. Działania naprawcze w przypadku wykrycia greenwashingu
- 8.6. Komunikacja kryzysowa w sytuacji zarzutów o greenwashing
- 8.7. Kształtowanie postaw proetycznych i świadomości społecznej w zakresie zrównoważonego marketingu

9. WALIDACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

II. Szkolenie skierowane do maksymalnie 25 (dwudziestu pięciu uczestników).

III. W ramach wszystkich tematów zaplanowanych na szkoleniu wykorzystywane będą techniki i metody pozwalające na rozwój umiejętności: ćwiczenia, dyskusje, testy, scenki, case study, wykłady, w szczególności case study, ćwiczenia do samodzielnego lub grupowego wykonania przez uczestników usługi.

IV. Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi (min. case study), ćwiczenia samodzielne i grupowe, metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

V. Organizator usługi zapewnia uczestnikom:

-> zestaw ćwiczeń praktycznych, pozwalających nabyć i utrwalić zakładane efekty uczenia się, a także na bieżąco weryfikować nabywane umiejętności,

-> wyposażenie pozwalające na krótką prezentację efektów ćwiczeń przez uczestników usługi rozwojowej, zależne od sposobu prowadzenia usługi (stacjonarny/online),

-> dostęp do książek, podręczników, publikacji polsko- i obcojęzycznych, dotyczących prezentowanych zagadnień

--> tablice interaktywne typu Miro

VI. Uczestnik przed rozpoczęciem usługi może uzupełnić i uporządkować dotychczasową wiedzę, celem lepszego przyswojenia programu szkolenia, poprzez zapoznanie się z treścią materiałów szkoleniowych udostępnionych w formie skryptu pdf, wysłanego na adres mailowy wskazany w formularzu zgłoszeniowym min. wykonując ankietę znajdującą się w materiałach szkoleniowych.

VII. Dostawca Usług zapewnia warunki organizacyjne wraz z niezbędnymi materiałami do prawidłowego przeprowadzenia walidacji. W trakcie trwania szkolenia realizowane będą ćwiczenia, testy, scenki sytuacyjne jako metody pracy z uczestnikiem sprzyjające osiągnięciu założonych celów usługi rozwojowej - zaplanowane działania nie stanowią elementu procesu walidacji.

--> PRAKTYKA - 14 H (1H -60 MIN.)

--> TEORIA - 9 H 45 min (1 H - 60 MIN.)

--> WALIDACJA 1 H 15 MIN

--> Przerwy są wliczone w czas trwania usługi

VIII. WALIDACJA

VIII.1 Walidacja usługi jest wliczona do procesu kształcenia, a tym samym do czasu trwania usługi rozwojowej zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie regulacjami. Metody walidacji: wywiad swobodny, analiza dowodów i deklaracji, wywiad ustrukturyzowany.

VIII.2 Wybrane metody walidacji umożliwiają zweryfikowanie zarówno wiedzy, umiejętności jak i kompetencji społecznych (postaw).

VIII.3 Opis walidacji:

- Test teoretyczny - Test teoretyczny w formie pisemnej. Test teoretyczny jako metoda walidacji to sposób sprawdzenia poprawności, skuteczności lub adekwatności danego rozwiązania (np. modelu, narzędzia badawczego, systemu lub hipotezy) na poziomie koncepcyjnym, bez konieczności przeprowadzania badań empirycznych. Polega na logicznej, merytorycznej analizie założeń, zależności i mechanizmów, które tworzą podstawy danego rozwiązania.

- Wywiad ustrukturyzowany - Wywiad ustrukturyzowany to metoda, w której badacz lub rekruter posługuje się ściśle przygotowanym zestawem pytań. Każdy uczestnik dostaje dokładnie te same pytania, zadawane w tej samej kolejności i w jednakowej formie. Dzięki temu możliwe jest łatwe porównywanie odpowiedzi różnych osób. Metoda ta kładzie nacisk na standaryzację, czyli jednolite zasady prowadzenia rozmowy. Opis prowadzenia przedmiotowej metody walidacji: kandydat jest proszony o wybranie spośród otrzymanych przykładów i kontrprzykładów tych, które pasują do określonej koncepcji oraz o uzasadnienie swojej decyzji oraz kandydat jest proszony o przewidzenie wyniku danej sytuacji, a następnie wyjaśnienia lub uzasadnienia swoich przewidywań - rodzaj zadań jest dostosowany do tematyki szkolenia oraz wybranych efektów uczenia się oraz kryteriów weryfikacji. W ramach wywiadu ustrukturyzowanego zostanie przeprowadzone zadanie praktyczne- studium przypadku w formie pisemnej.

VIII.4 Dostawca Usług zapewnia warunki organizacyjne wraz z niezbędnymi materiałami do prawidłowego przeprowadzenia walidacji. Przyjęte metody walidacji w pełni pozwalają na sprawdzenie uzyskania przez uczestnika oczekiwanych kompetencji w obszarze wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne. Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie

VIII.5 Warunkiem uzyskania certyfikatu/zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć oraz zaliczenia zajęć w formie uzyskania wyniku pozytywnego min. 75% punktów z walidacji.

Test teoretyczny - Minimum 15 pkt na możliwych do uzyskania 20 pkt

Wywiad ustrukturyzowany - minimum 10 pkt na możliwych do uzyskania 14 pkt.

VIII.6 Sposób organizacji walidacji: ZDALNIE W CZASIE RZECZYWISTYM

VIII. 7 Podany termin walidacji jest terminem pierwszym możliwym do zrealizowania walidacji dla jednego uczestnika. Walidator przed terminem walidacji ustali godziny walidacji dla pozostałych uczestników.

IX. Fakt uczestnictwa w szkoleniu oraz walidacji zostanie potwierdzony raportem z logowania.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 30 1.1.1. Podstawy prawne (...) w UE i Polsce 1.2. Regulacje UE dotyczące zrównoważonego marketingu (m.in. Dyrektywa o zielonych oświadczeniach – Green Claims Directive) - wykład, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	10-08-2026	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 30 1. 1.3. Przepisy dotyczące(...) wprowadzani u konsumenta w błąd 1.4. Rola Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) i innych organów nadzoru - wykład, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	10-08-2026	10:00	11:00	01:00
3 z 30 1. 1.5. Standardy etyczne i (...) (m.in. Kodeks Etyki Reklamy, ICC) 1.6. Zasady stosowania (...) marketingowych 1.7. Odpowiedzialność prawna i (...) - wykład, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	10-08-2026	11:00	12:00	01:00
4 z 30 2. 2.1. Definicja i geneza pojęcia greenwashing 2.2. Typowe formy i praktyki greenwashing u w marketingu 2.3. Przyczyny występowania (...) - wykład, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	10-08-2026	12:00	13:00	01:00
5 z 30 -	Przerwa	-	10-08-2026	13:00	14:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 30 2. 2.4. Skutki greenwashingu dla konsumentów, firm i rynku 2.5. Rola opinii publicznej i mediów w ujawnianiu przypadków greenwashingu - wykład, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	10-08-2026	14:00	15:00	01:00
7 z 30 2. 2.6. Przykłady greenwashingu (...) 2.7. Granica między autentycznym marketingiem ekologicznym a greenwashingiem - prezentacja, ćwiczenia - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	10-08-2026	15:00	15:30	00:30
8 z 30 3. 3.1. Identyfikacja elementów komunikatu marketingowego odnoszących się do aspektów środowiskowych 3.2. Kryteria oceny prawdziwości (...) - wykład, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	11-08-2026	09:30	10:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 30 3. 3.3. Wykorzystanie danych, raportów i certyfikatów jako źródeł weryfikacji 3.4. Analiza przykładów komunikatów w mediach i kampaniach reklamowych - prezentacja, ćwiczenia - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	11-08-2026	10:00	11:00	01:00
10 z 30 3. 3.5. Wykrywanie (...) w przekazach reklamowych 3.6. Tworzenie wzorców rzetelnej komunikacji marketingowej w duchu zrównoważonego rozwoju - prezentacja, ćwiczenia - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	11-08-2026	11:00	12:00	01:00
11 z 30 -	Przerwa	-	11-08-2026	12:00	13:00	01:00
12 z 30 4. 4.1. Weryfikacja deklarowanych (...) (LCA) 4.2. Zgodność informacji środowiskowych na etykiecie i w materiałach promocyjnych - prezentacja, ćwiczenia - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	11-08-2026	13:00	14:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 30 4. 4.3. Analiza źródeł danych wykorzystywanych w oświadczeniach środowiskowych 4.4. Studium przypadków – przykłady produktów o niezgodnych deklaracjach - wideo, ćwiczenia - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	11-08-2026	14:00	15:00	01:00
14 z 30 4. 4.5. Ocena dowodów (...)i marketingowymi 4.6. Zasady formułowania wiarygodnych informacji o produktach i usługach - wideo, prezentacja, ćwiczenia - PRAKTYK	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	12-08-2026	09:00	10:00	01:00
15 z 30 5.1. Typy oznaczeń (...) (publiczne, branżowe, prywatne) 5.2. Etykiety (...) (np. EU Ecolabel, FSC, Fairtrade, Energy Star) 5.3. Kryteria (...) - wideo, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	12-08-2026	10:00	11:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 30 5.4. Różnice między certyfikatami uznanymi a pseudoekologicznymi oznaczeniami 5.5. Analiza wiarygodności i zasięgu stosowania poszczególnych oznaczeń - wideo, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	12-08-2026	11:00	12:00	01:00
17 z 30 -	Przerwa	-	12-08-2026	12:00	13:00	01:00
18 z 30 5. 5.6. Rozpoznawanie fałszywych lub wprowadzających w błąd symboli ekologicznych 5.7. Przykłady nadużyć związanych z użyciem certyfikatów i oznaczeń - wideo, prezentacja - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	12-08-2026	13:00	14:30	01:30
19 z 30 6. 6.1. Identyfikacja (...), społecznym i ekonomicznym m 6.2. Wskaźniki i mierniki zrównoważonego rozwoju (np. emisje CO ₂ , zużycie energii, gospodarka odpadami) - wykład, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	13-08-2026	09:30	10:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 30 6. 6.3. Analiza raportów ESG i niefinansowych sprawozdań firm 6.4. Ocena spójności (...) - prezentacja, ćwiczenia - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	13-08-2026	10:00	10:30	00:30
21 z 30 6. 6.5. Transparentność(...) interesariuszom 6.6. Identyfikacja luk między deklaracjami a praktyką w działalności firmy 6.7. Dobre praktyki w raportowaniu (...) - wykład, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	13-08-2026	10:30	11:00	00:30
22 z 30 6. 6.5. Transparentność(...) interesariuszom 6.6. Identyfikacja luk między deklaracjami a praktyką w działalności firmy 6.7. Dobre praktyki w raportowaniu (...) - wykład, prezentacja - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	13-08-2026	11:00	11:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
23 z 30 7. 7.1. Zasady (...) 7.2. Wewnętrzne procedury (...) 7.3. Rola działu marketingu, PR i CSR w zapobieganiu greenwashingowi - wykład, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	13-08-2026	11:30	12:30	01:00
24 z 30 -	Przerwa	-	13-08-2026	12:30	13:30	01:00
25 z 30 7. 7.4. Tworzenie standardów i polityk komunikacji w zakresie zrównoważonego rozwoju 7.5. Kształtowanie autentycznego przekazu opartego na faktach i danych - wideo, ćwiczenia - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	13-08-2026	13:30	14:30	01:00
26 z 30 7. 7.6. Edukacja i szkolenia pracowników w zakresie odpowiedzialnej komunikacji 7.7. Wdrażanie zasad „green claim check” w codziennej praktyce marketingowej - wideo, ćwiczenia - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	13-08-2026	14:30	15:30	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
27 z 30 8. 8.1. Budowanie kultury organizacyjne j opartej na transparentności i odpowiedzialności 8.2. Reagowanie na przypadki (...) - wideo, prezentacja - TEORIA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	14-08-2026	09:45	10:00	00:15
28 z 30 8. 8.3. Promowanie(..) partnerów 8.4. Współpraca między działami (marketing, CSR, prawo, compliance) w przeciwdziałaniu greenwashingowi - wideo, ćwiczenia - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	14-08-2026	10:00	10:30	00:30
29 z 30 8. 8.5. Działania naprawcze (...) 8.6. Komunikacja kryzysowa w sytuacji zarzutów o greenwashing 8.7. Kształtowanie postaw proetycznych i świadomości (...) - ćwiczenia, wideo - PRAKTYKA	Zajęcia	dr Krzysztof Sala	14-08-2026	10:30	11:00	00:30
30 z 30 -	Walidacja	-	17-08-2026	10:00	11:15	01:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	26:00
w tym suma godzin zajęć	20:45
w tym suma godzin walidacji	01:15
w tym suma przerw	04:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	29:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 288,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 288,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	241,85 PLN
Koszt osobogodziny netto	241,85 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	26:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

dr Krzysztof Sala

Studia w AE w Krakowie. Studia podyplomowe w WSZiB w Krakowie oraz certyfikaty audytora wewnętrznego w zakresie jakości i ochrony środowiska. W 2012 roku obronił doktorat w SGH w Warszawie w Kolegium Zarządzania i Finansów.

Studia podyplomowe w zakresie jakości i ochrony środowiska w Wyższej Szkole Zarządzania i Bankowości w Krakowie (2003-2004) zakończonych w 2004 roku uzyskaniem dyplomu oraz certyfikatów audytora wewnętrznego systemu zarządzania jakością i zarządzania środowiskowego. Posiada kompetencje spełniające wymogi określone w §6 rozporządzenia Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe. Trener posiada minimum 3 lata doświadczenia w obszarze związanym z komunikacją marketingową oraz w obszarze zrównoważonego rozwoju, jak również doświadczenie w zakresie realizacji usług rozwojowych w ilości minimum 100 h .Szkolenia min.: Przygotowywanie organizacji do zmian w środowisku pracy wynikających z wdrożenia rozwiązań z zakresu zielonej transformacji - 25 h (2025 r.); Odpowiedzialne komunikowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju, w tym identyfikowanie greenwashingu w komunikacji przedsiębiorstwa i przeciwdziałanie zjawisku greenwashingu 26 h (2026 r.); wykładowca na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, gdzie prowadzi wykłady oraz ćwiczenia z tematyki usługi rozwojowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały autorskie w formie pdf firmy EDUEASY JUSTYNA SZEWIOŁA. Materiały szkoleniowe zostaną przekazane uczestnikom usługi przedrozpoczęciem procesu szkoleniowego w formie pdf NA WSKAZANY PRZEZ UCZESTNIKA ADRES MEILOWY

Organizator usługi zapewnia uczestnikom:

- zestaw ćwiczeń praktycznych, pozwalających nabyć i utrwalić zakładane efekty uczenia się, a także na bieżąco weryfikować nabywane umiejętności,
- wyposażenie pozwalające na krótką prezentację efektów ćwiczeń przez uczestników usługi rozwojowej, zależne od sposobu prowadzenia usługi (stacjonarny/online)
- dostęp do książek, podręczników, publikacji polsko- i obcojęzycznych, dotyczących prezentowanych zagadnień oraz dostęp do aktów prawnych w zakresie zielonej transformacji
- oprogramowanie umożliwiające prezentowanie treści oraz komunikację zdalną
- dostęp do aktów prawnych w zakresie zielonej transformacji.

Organizator usługi zapewnia trenerowi:

- sprzęt komputerowy dla trenera z dostępem do internetu

Warunki uczestnictwa

1. Zapis na usługę z wykorzystaniem odpowiedniego ID wsparcia
2. Obecność na zajęciach - minimum 80% czasu trwania całej usługi rozwojowej
3. Przystąpienie do walidacji
4. Wypełnienie ankiet oceniających usługę

Informacje dodatkowe

1. Warunki niezbędne do osiągnięcia celu głównego są jednocześnie warunkami do otrzymania przez Uczestnika zaświadczenia o ukończeniu udziału w usłudze rozwojowej. Warunkiem uzyskania zaświadczenia/ certyfikatu jest uczestnictwo w co najmniej **80%** zajęć usługi rozwojowej oraz przystąpienie do walidacji. Zaplanowano przerwy, które nie są wliczone w czas trwania szkolenia. Po zakończeniu udziału w usłudze rozwojowej i spełnieniu założonych wymogów (szkoleniu), uczestnik otrzymuje odpowiednie zaświadczenie/certyfikat o jej ukończeniu oraz zobowiązuje się do wypełnienia ankiety oceny szkolenia w BUR.
2. UWAGA! Usługa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Beneficjenta lub partnera w danym projekcie oraz przez podmiot powiązany z Beneficjentem lub partnerem kapitałowo lub osobowo. Usługa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Beneficjenta lub partnera w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS. Usługodawca nie jest podmiotem jednocześnie korzystającym z usług rozwojowych

Warunki techniczne

1. Usługa zostanie przeprowadzona za pośrednictwem platformy/komunikatora umożliwiającego realizację oraz monitoring usługi w czasie rzeczywistym ClickMeeting, umożliwiającej osiągnięcie założonych celów i efektów usługi;
2. Uczestnik dysponuje urządzeniem spełniającym następujące wymagania sprzętowe: komputer wyposażony w kamerę i głośnik z aktualnym systemem operacyjnym (Windows, macOS lub Linux) i co najmniej 2 GB pamięci RAM;
3. Uczestnik dysponuje łączem sieciowym spełniającym następujące parametry: szybkości pobierania i wysyłania co najmniej 5Mb/s;
4. Uczestnik dysponuje niezbędnym oprogramowaniem umożliwiającym dostęp do prezentowanych treści i materiałów;
5. Dostawca usługi udostępni link umożliwiający uczestnictwo w usłudze zdalnej w czasie rzeczywistym przez cały okres trwania usługi (włącznie z przerwami);
6. **Usługa będzie realizowana w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:**
7. Szkolenie będzie realizowane za pośrednictwem platformy ClickMeeting. Wymagania systemowe, które muszą zostać spełnione:
Połączenie internetowe - szerokopasmowe przewodowe lub bezprzewodowe (3G lub 4G / LTE). Głośniki i mikrofon - wbudowane, wtyk USB lub bezprzewodowy Bluetooth
8. Obsługiwane systemy operacyjne: macOS X z systemem macOS 10.9 lub nowszym, Windows 10 * Uwaga: urządzenia z systemem Windows 10 muszą działać w systemie Windows 10, Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany, Windows 8 lub 8.1, System Windows 7, Ubuntu 12.04 lub nowszy, Mint 17.1 lub nowszy, Red Hat Enterprise Linux 6.4 lub nowszy, OracleLinux 6.4 lub nowszy, CentOS 6.4 lub nowszy, Fedora 21 lub nowsza, OpenSUSE 13.2 lub nowszy, ArchLinux (tylko 64-bitowy)
9. Uczestnik nie musi zakładać konta na Click Meeting, ani ściągać oprogramowania na komputer, choć jest to zalecane
10. Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line - permanentnie, do czasu zakończenia terminu usługi rozwojowej.
11. Obsługiwane przeglądarki: Windows: Internet Explorer 11+, Edge 12+, Firefox 27+, Chrome 30+, macOS: Safari 7+, Firefox 27+, Chrome 30+, Linux: Firefox 27+, Chrome 30+g) Wymagania dotyczące procesora i pamięci RAM: minimum: Jednodzeniowy 1 GHz lub wyższy zalecane: Dwudzeniowy 2 GHz lub lepszy (Intel i3 / i5 / i7 lub odpowiednik AMD)h). Obsługiwane tablety i urządzenia mobilne: Surface PRO 2 lub nowszy z systemem Windows 8.1 lub nowszym, Uwaga : tablety z systemem Windows 10 muszą mieć system Windows 10 Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany, Urządzenia z systemem iOS i Android, Urządzenia Blackberry.
12. Uczestnicy oraz Administratorzy Regionalni (operator) otrzymają dostęp do usługi minimum jeden dzień przed rozpoczęciem terminu usługi rozwojowej.
13. Logowanie nie wymaga dodatkowego uwierzytelnienia
14. Usługodawca zapewnia sprzęt komputerowy dla trenera z dostępem do internetu, oprogramowanie umożliwiające prezentowanie treści oraz komunikację zdalną

Kontakt



Marta Świrszcz

E-mail justyna@edueasy.pl

Telefon (+48) 519 823 303