



Uniwersytet WSB
Merito w Toruniu



Nowoczesny marketing - studia podyplomowe

Numer usługi 2024/10/18/5058/2368265

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Studia podyplomowe

🕒 170 h

📅 30.11.2024 do 30.06.2025

5 600,00 PLN brutto

5 600,00 PLN netto

32,94 PLN brutto/h

32,94 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	• Dla osób pracujących w działach marketingu oraz osób chcących rozpocząć swoją karierę w branży. • Dla specjalistów ds. marketingu, osób związanych z reklamą i PR. • Dla właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw. Kierunek jest również dedykowany dla osób biorących udział w projekcie kierunek - rozwój, zawarto umowę ramową z WUP Toruń celem rozliczania bonów
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	13-11-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	170
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 742, z późn. zm.)
Zakres uprawnień	Studia podyplomowe

Cel

Cel edukacyjny

Usługa "Nowoczesny marketing- studia podyplomowe" potwierdza przygotowanie do efektywnego działania w dynamicznym środowisku marketingowych dzięki kompleksowym umiejętnościom tj. zaawansowana analiza danych, strategię oparte na AI i automatyzacji, a także kreatywnym rozwiązywaniu problemów i efektywnym wykorzystaniu mediów społecznościowych

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje techniki kreatywnego rozwiązywania problemów.	wyjaśnia proces od problemu do rozwiązania; wyjaśnia metody ułatwiające pobudzenie kreatywności; dobiera i doskonali metody pobudzające kreatywność	Test teoretyczny
Monitoruje instrumenty komunikacji stosowane w budowaniu marki.	rozdziela promocję od reklamy i monitoruje panujące trendy w sprzedaży	Test teoretyczny
Projektuje budowanie marki	dobiera narzędzia budowania marki i wizerunku; ocenia stopień rozwoju w procesie budowania marki i wyjaśnia skuteczność podjętych działań	Test teoretyczny
Organizuje kampanie reklamowe	planuje proces kampanii reklamowej; monitoruje postępy oraz błędy; ocenia stopień realizacji	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak. Świadectwo studiów podyplomowych zawiera program kierunku wraz ze zrealizowanymi godzinami i punktami ECTS.
Absolwent uzyskuje zaświadczenie potwierdzające zdobyte efekty kształcenia.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak. Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych jest wydawane na podstawie uzyskania pozytywnej oceny końcowej zgodnie z Regulaminem Studiów Podyplomowych.
Studia kończą się zaliczeniem na ocenę określonym w karcie kierunku.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak. Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych jest potwierdzeniem uzyskania pozytywnego wyniku z egzaminu końcowego.

Program

WPROWADZENIE DO MARKETINGU

(16 godz.)

- Podstawy marketingu i jego ewolucja 4h
- Narzędzia i instrumenty promocji 4h
- Innowacje marketingowe - analiza trendów i narzędzi cyfrowych 8h

ZARZĄDZANIE MARKĄ

(16 godz.)

- Zarządzanie marką i jej atrybutami 8h
- Reputacja i jej wpływ na budowanie marki osobistej 8h

SKUTECZNE KAMPANIE REKLAMOWE:

(40 godz.)

- Psychologiczne mechanizmy reklamy 8h
- Planowanie kampanii reklamowej i pomiar efektywności 8h
- Współpraca z agencjami marketingowymi, reklamowymi i badawczymi 8h
- Badania marketingowe - metody i techniki 8h
- Prognozowanie zjawisk rynkowych oraz wyznaczanie celów marketingowych i sprzedażowych 8h

[Czytaj mniej](#)

ZARZĄDZANIE DOŚWIADCZENIAMI KLIENTA

(8 godz.)

- Customer Experience (CX) 8h

SOCIAL MEDIA I VIDEO MARKETING

(16 godz.)

- Charakterystyka i najważniejsze funkcje kanałów: Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, TikTok 8h
- Video marketing 8h

DZIAŁANIA KREATYWNE

(16 godz.)

- Business Model Canvas i Design Thinking 8h
- Copywriting – kreatywna praca z tekstem 8h

DIGITAL MARKETING

(16 godz.)

- Wprowadzenie do Google Ads 8h
- E-mail marketing i automatyzacja 8h

ANALITYKA WEBOWA

(16 godz.)

- Podstawy Google Analytics 4 8h
- Monitoring internetu Brand24 8h

PUBLIC RELATIONS

(8 godz.)

- Narzędzia współpracy z mediami 8h

PRAWNE ASPEKTY DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH

(8 godz.)

- Zawieranie umów na usługi marketingowe 4h
- RODO w komunikacji marketingowej 4h

PRACA INDYWIDUALNA

(10 godz.)

- Projekt

FORMA ZALICZENIA / WALIDACJA odbywa się na ostatnich zajęciach

Test zamknięty, jednokrotnego wyboru

Liczba miesięcy nauki: **9**

Liczba godzin: **170**

Liczba zjazdów: **10**

Liczba semestrów: **2**

Liczba punktów ECTS: **30**

Numer zjazdu Termin

I zjazd 30 listopada - 1 grudnia 2024

II zjazd 14 - 15 grudnia 2024

III zjazd 18 - 19 stycznia 2025

IV zjazd 8 - 9 lutego 2025

V zjazd 1 - 2 marca 2025

VI zjazd 22 - 23 marca 2025

VII zjazd 12 - 13 kwietnia 2025

VIII zjazd 26 - 27 kwietnia 2025

IX zjazd 17 - 18 maja 2025

X zjazd 14 - 15 czerwca 2025 walidacja

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 65

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 65 Podstawy marketingu Paula Rabel	30-11-2024	08:00	09:30	01:30
2 z 65 Podstawy marketingu Paula Rabel	30-11-2024	09:40	11:10	01:30
3 z 65 Narzędzia i instrument promocji Paula Rabel	30-11-2024	11:20	12:50	01:30
4 z 65 Narzędzia i instrument promocji Paula Rabel	30-11-2024	13:00	14:30	01:30
5 z 65 Innowacje marketingowe – analiza trendów i narzędzi cyfrowych Maciej Biesiadziński	01-12-2024	08:00	09:30	01:30
6 z 65 Innowacje marketingowe – analiza trendów i narzędzi cyfrowych Maciej Biesiadziński	01-12-2024	09:40	11:10	01:30
7 z 65 Innowacje marketingowe – analiza trendów i narzędzi cyfrowych Maciej Biesiadziński	01-12-2024	11:20	12:50	01:30
8 z 65 Innowacje marketingowe – analiza trendów i narzędzi cyfrowych Maciej Biesiadziński	01-12-2024	13:00	14:30	01:30
9 z 65 Nowoczesny marketing	14-12-2024	08:00	15:00	07:00
10 z 65 Copywriting – kreatywna praca z tekstem Hanka Dziubińska-Kopka	15-12-2024	08:00	09:30	01:30
11 z 65 Copywriting – kreatywna praca z tekstem Hanka Dziubińska-Kopka	15-12-2024	09:40	11:10	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 65 Copywriting – kreatywna praca z tekstem Hanka Dziubińska-Kopka	15-12-2024	11:20	12:50	01:30
13 z 65 Copywriting – kreatywna praca z tekstem Hanka Dziubińska-Kopka	15-12-2024	13:00	14:30	01:30
14 z 65 Charakterystyka i najważniejsze funkcje kanałów: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok - Joanna Cieślak-Ospalska	18-01-2025	08:00	09:30	01:30
15 z 65 Charakterystyka i najważniejsze funkcje kanałów: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok - Joanna Cieślak-Ospalska	18-01-2025	09:40	11:10	01:30
16 z 65 Charakterystyka i najważniejsze funkcje kanałów: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok - Joanna Cieślak-Ospalska	18-01-2025	11:20	12:50	01:30
17 z 65 Charakterystyka i najważniejsze funkcje kanałów: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok - Joanna Cieślak-Ospalska	18-01-2025	13:00	14:30	01:30
18 z 65 Customer Experience (CX) - Krzysztof Łosiakowski	19-01-2025	08:00	09:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 65 Customer Experience (CX) - Krzysztof Łosiakowski	19-01-2025	09:40	11:10	01:30
20 z 65 Customer Experience (CX) - Krzysztof Łosiakowski	19-01-2025	11:20	12:50	01:30
21 z 65 Customer Experience (CX) - Krzysztof Łosiakowski	19-01-2025	13:00	14:30	01:30
22 z 65 Psychologiczne mechanizmy reklamy - Alina Matlakiewicz	08-02-2025	08:00	09:30	01:30
23 z 65 Psychologiczne mechanizmy reklamy - Alina Matlakiewicz	08-02-2025	09:40	11:10	01:30
24 z 65 Psychologiczne mechanizmy reklamy - Alina Matlakiewicz	08-02-2025	11:20	12:50	01:30
25 z 65 Psychologiczne mechanizmy reklamy - Alina Matlakiewicz	08-02-2025	13:00	14:30	01:30
26 z 65 Planowanie kampanii reklamowej i pomiar efektywności - Natalia Kwiecińska	09-02-2025	08:00	09:30	01:30
27 z 65 Planowanie kampanii reklamowej i pomiar efektywności - Natalia Kwiecińska	09-02-2025	09:40	11:10	01:30
28 z 65 Planowanie kampanii reklamowej i pomiar efektywności - Natalia Kwiecińska	09-02-2025	11:20	12:50	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
29 z 65 Planowanie kampanii reklamowej i pomiar efektywności - Natalia Kwiecińska	09-02-2025	13:00	14:30	01:30
30 z 65 Narzędzia współpracy z mediami - Agnieszka Pająk	01-03-2025	08:00	09:30	01:30
31 z 65 Narzędzia współpracy z mediami - Agnieszka Pająk	01-03-2025	09:40	11:10	01:30
32 z 65 Narzędzia współpracy z mediami - Agnieszka Pająk	01-03-2025	11:20	12:50	01:30
33 z 65 Narzędzia współpracy z mediami - Agnieszka Pająk	01-03-2025	13:00	14:30	01:30
34 z 65 Video marketing - Jakub Tomajczyk	02-03-2025	08:00	09:30	01:30
35 z 65 Video marketing - Jakub Tomajczyk	02-03-2025	09:40	11:10	01:30
36 z 65 Video marketing - Jakub Tomajczyk	02-03-2025	11:20	12:50	01:30
37 z 65 Video marketing - Jakub Tomajczyk	02-03-2025	13:00	14:30	01:30
38 z 65 Badania marketingowe – metody i techniki - Aldona Lipka	22-03-2025	08:00	09:30	01:30
39 z 65 Badania marketingowe – metody i techniki - Aldona Lipka	22-03-2025	09:40	11:10	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
40 z 65 Badania marketingowe – metody i techniki - Aldona Lipka	22-03-2025	11:20	12:50	01:30
41 z 65 Badania marketingowe – metody i techniki - Aldona Lipka	22-03-2025	13:00	14:30	01:30
42 z 65 Prognozowanie zjawisk rynkowych oraz wyznaczanie celów marketingowych i sprzedażowych - Karolina Martyniuk	23-03-2025	08:00	09:30	01:30
43 z 65 Prognozowanie zjawisk rynkowych oraz wyznaczanie celów marketingowych i sprzedażowych - Karolina Martyniuk	23-03-2025	09:40	11:10	01:30
44 z 65 Prognozowanie zjawisk rynkowych oraz wyznaczanie celów marketingowych i sprzedażowych - Karolina Martyniuk	23-03-2025	11:20	12:50	01:30
45 z 65 Prognozowanie zjawisk rynkowych oraz wyznaczanie celów marketingowych i sprzedażowych - Karolina Martyniuk	23-03-2025	13:00	14:30	01:30
46 z 65 Współpraca z agencjami marketingowymi, reklamowymi i badawczymi - Maciej Biesiadziński	12-04-2025	08:00	09:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
47 z 65 Współpraca z agencjami marketingowymi, reklamowymi i badawczymi - Maciej Biesiadziński	12-04-2025	09:40	11:10	01:30
48 z 65 Współpraca z agencjami marketingowymi, reklamowymi i badawczymi - Maciej Biesiadziński	12-04-2025	11:20	12:50	01:30
49 z 65 Współpraca z agencjami marketingowymi, reklamowymi i badawczymi - Maciej Biesiadziński	12-04-2025	13:00	14:30	01:30
50 z 65 Zawieranie umów na usługi marketingowe - Piotr Wódkowski	13-04-2025	08:00	09:30	01:30
51 z 65 Zawieranie umów na usługi marketingowe - Piotr Wódkowski	13-04-2025	09:40	11:10	01:30
52 z 65 RODO w komunikacji marketingowej - Piotr Wódkowski	13-04-2025	11:20	12:50	01:30
53 z 65 RODO w komunikacji marketingowej - Piotr Wódkowski	13-04-2025	13:00	14:30	01:30
54 z 65 Wprowadzenie do Google Ads - Marcin Kuna	26-04-2025	08:00	09:30	01:30
55 z 65 Wprowadzenie do Google Ads - Marcin Kuna	26-04-2025	09:40	11:10	01:30
56 z 65 Wprowadzenie do Google Ads - Marcin Kuna	26-04-2025	11:20	12:50	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
57 z 65 Wprowadzenie do Google Ads - Marcin Kuna	26-04-2025	13:00	14:30	01:30
58 z 65 E-mail marketing i automatyzacja - Marcin Kuna	27-04-2025	08:00	09:30	01:30
59 z 65 E-mail marketing i automatyzacja - Marcin Kuna	27-04-2025	09:40	11:10	01:30
60 z 65 E-mail marketing i automatyzacja - Marcin Kuna	27-04-2025	11:20	12:50	01:30
61 z 65 E-mail marketing i automatyzacja - Marcin Kuna	27-04-2025	13:00	14:30	01:30
62 z 65 Nowoczesny marketing	17-05-2025	08:00	14:00	06:00
63 z 65 Nowoczesny marketing	18-05-2025	08:00	13:00	05:00
64 z 65 Nowoczesny marketing	14-06-2025	08:00	16:00	08:00
65 z 65 Nowoczesny marketing WALIDACJA	15-06-2025	08:00	15:00	07:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 600,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

32,94 PLN

Koszt osobogodziny netto

32,94 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Paula Rabel

Od ponad 10 lat zajmuje się PR'em i marketingiem. Od 2021 roku - Kierownik ds. Komunikacji i PR w największej w Polsce multiagencji ubezpieczeniowej - CUK Ubezpieczenia. Jest współpomysłodawcą i członkiem zarządu Stowarzyszenia Przyjaciele Marketingu (od 2021). Laureatka konkursu Harper's Bazaar Polska - Evoque - I'm on the move! Projektu zrzeszającego kobiety, które aktywizują swoje otoczenie i inicjują pozytywne zmiany wokół siebie. Prywatnie matka trójki dzieci i właścicielka charta angielskiego.

W 2001 roku ukończyła amerykańskie liceum ogólnokształcące Ingraham High School w Seattle. W 2006 roku obroniła tytuł magistra na Wydziale Prawa i Administracji na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. W 2016 ukończyła studia podyplomowe Executive Marketing na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu. W latach 2021-2024 opiekunka merytoryczna kierunku studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito: Nowoczesny Marketing.



2 z 2

Karolina Martyniuk

Absolwentka prestiżowego programu CIM advanced diploma w Chartered Institute of Marketing, certyfikowana project managerka.

W latach 2020- 2023 zajmowała stanowisko Category Marketing Manager.

Od kwietnia 2023 Regional Marketing Leader w IKEA

W swoim podejściu łączy szeroką wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania strategicznego, marketingu, zarządzania projektami, metodologii design thinking i wielu innych, z praktycznym podejściem pozwalającym na skuteczną realizację nawet bardzo dużych i kompleksowych zadań.

Zdobywała doświadczenie prowadząc niestandardowe, złożone projekty i kampanie marketingowe, tak digitalowe jak i offline, w sieciowych agencjach reklamowych i globalnych markach. W swoim portfolio ma takie brandy jak Coca-Cola, Milka, Carlsberg, Samsung, Huawei.

Od października 2024 wykładowca na SWPS.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymują dodatkowe materiały na zajęciach oraz po, które są zamieszczane na platformie MS Teams.

Podczas zjazdu każdy uczestnik programu otrzymuje komplet materiałów dydaktycznych na platformie MS Teams. Materiały te przygotowują wykładowcy, dostosowując je do specyfiki prowadzonego tematu.

Uczestnicy studiów pracują na platformie MS Teams, to platforma komunikacyjna Uczelni WSB Merito, stworzona w celu ograniczenia formalności oraz ułatwienia przepływu informacji między uczestnikami a uczelnią. Za jej pomocą przez całą dobę i z każdego miejsca na świecie uczestnicy mają dostęp do:

- harmonogramu zajęć,
- materiałów dydaktycznych,
- informacji dotyczących zmian w planach zajęć, ogłoszeń i aktualności.

Warunki uczestnictwa

Uczestnikiem studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu może zostać każda osoba w wykształceniu wyższym (licencjackim, inżynierskim lub magisterskim). O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń.

Informacje dodatkowe

- Szczegółowy harmonogram usługi może ulec zmianie w postaci realizowanych przedmiotów w danym dniu i osób prowadzących. **Zmianie nie ulegają godziny usługi.**
- **Harmonogram zjazdów zostanie upubliczniony na stronach Uczelni**
- **Godziny zajęć podane w planie oraz harmonogramie to godziny dydaktyczne. (1 h dydaktyczna to 45 minut zajęć, 2 h dydaktycznych to 1,5 h zegarowej). Przerwy nie są uwzględniane.**
- **System zlicza godziny zegarowe zajęć w pozycji: harmonogram zajęć, podczas gdy usługodawca operuje godzinami dydaktycznymi.**

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek - Rozwój na rozliczanie bonów

Warunki techniczne

Techniczne wymagania do zajęć:

- komputer (z wbudowanymi lub podłączonymi głośnikami i mikrofonem),
- dostęp do Internetu,
- słuchawki (opcjonalnie),
- jeśli chcesz aby Cię widziano, możesz użyć kamery umieszczonej w laptopie/komputerze.

Kontakt



Wiktoria Szewczyk

E-mail wiktoria.szewczyk@lodz.merito.pl

Telefon (+48) 52 5829 128