



UNIWERSYTET WSB **MERITO**
CHORZÓW KATOWICE

wcześniej
Wyższa Szkoła
Bankowa

Content Marketing - tworzenie treści marketingowych

STUDIA I STOPNIA - SPECJALNOŚĆ

Forma: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Hybrydowe popołudniowe

Cechy: Studia I stopnia licencjackie • Od października • Polski

Miasto: Chorzów/Katowice



Czego się nauczysz?

- Nauczysz się inicjować **twórcze środowisko pracy**, które sprzyja innowacjom.
- Poznasz, jak skutecznie używać **języka korzyści**, by wzmacniać przekaz marketingowy.
- Dowiesz się, jak dostosowywać **kanały komunikacji do marki**, zwiększając ich efektywność.
- Opanujesz pisanie i reżyserowanie **materiałów reklamowych** w formie prasowej, radiowej i wideo.
- Zdobędziesz wiedzę, jak tworzyć **wartościowe treści**, które przyciągają uwagę klientów.
- Opanujesz techniki projektowania **produktów i usług**, dostosowując je do oczekiwań rynku.

Praca dla Ciebie

- Zostań **copywriterem**, tworząc treści promocyjne dla marek w mediach cyfrowych i tradycyjnych.
- Rozwijaj karierę jako **specjalista ds. contentu**, odpowiadając za strategię treści w firmach.
- Pracuj jako **SEO copywriter**, tworząc treści optymalizowane pod kątem wyszukiwarek internetowych.
- Znajdź zatrudnienie jako **online marketing specialist**, projektując i wdrażając kampanie w sieci.
- Zostań **lead generator specialist**, wspierając sprzedaż poprzez generowanie wartościowych kontaktów.
- Otwórz własną działalność jako **freelancer**, oferując kompleksowe usługi z zakresu content marketingu.

Program studiów

Praktyczne studia

Uczymy tak, aby jak najlepiej przygotować Cię do rzeczywistych wyzwań, z jakimi spotkasz się w pracy zawodowej.

- **Projekty grupowe** – realne problemy biznesowe.
- **Symulacje** – decyzje w warunkach rynkowych.
- **Staże i praktyki** – doświadczenie w firmach.
- **Wykłady z praktykami** – eksperci z rynku.
- **Nowoczesne narzędzia** – aktualne technologie.
- **Case studies** – analiza realnych przypadków.



Wybrane zajęcia kierunkowe:

- Nowoczesne technologie w marketingu i sprzedaży
- Psychologia marketingu i sprzedaży
- Planowanie marketingowe
- Badania marketingowe
- Zarządzanie marką
- Zachowania konsumentów
- Środki i techniki sprzedaży
- Komunikacja marketingowa
- Wprowadzenie do AI
- Negocjacje w biznesie
- Zarządzanie projektami

Wybrane zajęcia specjalnościowe:

- E-marketing
- Zarządzanie agencją marketingową w oparciu o symulację biznesową revas
- Public relations
- Współczesne trendy w content marketingu
- Reklama i sprzedaż w mediach społecznościowych
- Warsztaty tworzenia treści tekstowo-graficznych
- Warsztaty tworzenia treści audiowizualnych
- Marketing w wyszukiwarkach internetowych i optymalizacja treści
- Strategie i narzędzia content marketingu
- Analiza i monitoring skuteczności działań marketingowych

Nauka języka obcego

Na studiach stacjonarnych:

- 360 godzin nauki języka obcego (90 godz. na semestr) od 1 do 4 semestru.

Na studiach niestacjonarnych:



- 90 godzin nauki jednego języka obcego (45 godz. na semestr) w 3 i 4 semestrze.

Do wyboru: angielski, niemiecki, hiszpański.

Praktyki i staże

Praktyki studenckie to ważny element studiów. Studenci studiów licencjackich oraz jednolitych studiów magisterskich realizują **960 godzin praktyk** (24 tygodnie), zdobywając doświadczenie zawodowe. Jeśli pracujesz w zawodzie zgodnym z kierunkiem studiów, możesz zaliczyć praktyki na podstawie zatrudnienia. W trakcie studiów masz też szansę na płatny staż. Programy stażowe przygotowują pracodawcy, z którymi współpracujemy, dostosowując wymagania do stanowisk, co ułatwia pierwsze kroki zawodowe.

Sposób zaliczenia studiów

Tworzysz w zespole projekt dyplomowy, który rozwiązuje praktyczny lub teoretyczny problem związany z Twoim kierunkiem. Badając literaturę i przeprowadzając własne analizy, pracujesz nad autorską propozycją rozwiązania problemu. Wszystko, czego nauczysz się podczas studiów, pozwala Ci na stworzenie profesjonalnej pracy opartej na realnych danych i działaniach. by uzyskać tytuł licencjata, taki projekt musisz obronić przed komisją. To Ty wyznaczasz kierunek swojego projektu!

Zasady rekrutacji

- Studentem studiów I stopnia (licencjackich lub inżynierskich) na Uniwersytecie WSB Merito możesz zostać po ukończeniu szkoły średniej, zdaniu matury i odebraniu świadectwa dojrzałości. O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń oraz złożenie kompletu dokumentów i spełnienie wymogów wynikających z zasad rekrutacji.

[Dowiedz się więcej](#)

Stypendia i zniżki

- Na studiach I stopnia i jednolitych magisterskich możesz skorzystać z Programu Very Important Student (VIS) i studiować pierwszy semestr nawet za darmo.
- Możesz otrzymać te same stypendia, co studenci uczelni publicznych, w tym naukowe, sportowe, socjalne i zapomogi.
- Dodatkowo, elastyczny system opłat pozwala Ci wybrać, w ilu ratach chcesz opłacać czesne.

[Dowiedz się więcej](#)

Ceny

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.



Wykładowcy

dr Olga Kotulska-Małczak

- Specjalizuje się w public relations, łącząc doświadczenie praktyczne z wiedzą akademicką. W swojej pracy skupia się na skutecznej komunikacji i budowaniu wizerunku organizacji.
- Od 14 lat zawodowo związana z obszarem sprzedaży, PR-u i marketingu. Łączy doświadczenie w budowaniu relacji z klientami z umiejętnością kreowania skutecznych strategii komunikacyjnych.
- Absolwentka filozofii na Uniwersytecie Śląskim oraz studiów podyplomowych z pedagogiki. Doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauki o polityce i administracji.
- W ramach prac nad dysertacją doktorską odbyła kwerendę archiwalną w Instytucie Hoovera na Uniwersytecie Stanforda w Kalifornii jako PhD Student Researcher.

dr Paulina Żmijowska

- Specjalizuję się w badaniach AI w procesach internacjonlizacji przedsiębiorstw, rozwojem rynku e-commerce, komunikacją w SM, a także znaczeniem CSR w perspektywie nowych pokoleń klientów (Alpha).
- Doświadczona ekspertka w zakresie wdrażania procesów sprzedażowych i PR w przestrzeni marketingu B2B spółek technologicznych sektora e-commerce.
- Autorka licznych publikacji naukowych i biznesowych z zakresu budowania marki, rozwoju sztucznej inteligencji czy komunikacji w nowych mediach.
- Posiada biegłość w pozyskiwaniu danych, wdrażaniu procesów biznesowych oraz strategii przedsiębiorstw, wspierając ich rozwój i efektywne podejmowanie decyzji.

dr Agata Jakubowska

- Zajmuje się instytucjami finansowymi i zaufania publicznego oraz komunikacją, w tym PR-em, marketingiem społecznym i reklamą.
- Doświadczona wykładowczyni i autorka licznych publikacji naukowych. Angażuje się w badania zgodne ze swoją specjalizacją.
- Autorka publikacji dotyczących PR-u, komunikacji i reklamy.
- Posiada kreatywność, doświadczenie w kierowaniu i pracy w zespole, ukończyła liczne szkolenia z komunikacji oraz zna język angielski.

mgr Karolina Dziwak-Filosek

- Specjalizuje się w kampaniach reklamowych w social media, prowadząc strategię, budżetowanie, wdrożenia i optymalizację działań.
- Ma wieloletnie doświadczenie w agencjach marketingowych i we współpracy z klientami indywidualnymi, budując prestiż marek w mediach społecznościowych.
- Prowadzi szkolenia i prelekcje z zakresu skutecznej komunikacji, influencer marketingu, content



marketingu oraz kampanii płatnych.

- Biegły łączy know-how z AI i digital marketingu, optymalizując procesy oraz personalizując wdrażane kampanie.

mgr Paweł Pliszka

- Interesuje się komunikacją, e-marketingiem, AI oraz zarządzaniem międzynarodowym. Bada wpływ GenAI na zachowania e-konsumentów, bariery komunikacyjne w firmach i nowe technologie.
- Specjalista marketingu B2B z wieloletnim doświadczeniem. Rozwijał kompetencje w międzynarodowym startupie i lokalnej agencji marketingowej. Obecnie prowadzi własną firmę.
- Zwycięzca ogólnopolskiego konkursu DIMAQ Uni za najlepszą pracę magisterską z e-marketingu. Ukończył MBA Essentials w LSE. Trzykrotnie otrzymał stypendium Rektora za osiągnięcia naukowe.
- Swobodnie porusza się w copywritingu i content marketingu. Śledzi rynek narzędzi AI i regularnie z nich korzysta. Biegły posługuje się angielskim.

prof. dr hab. Michał Kucia

- Doktor nauk ekonomicznych, naukowo zajmuje się szeroko rozumianym e-biznesem. W tym obszarze prowadził wykłady i szkolenia.
- Stale współpracuje z praktyką gospodarczą w zakresie optymalizacji działalności handlowej w Internecie oraz e-marketingu. Ma doświadczenie w projektowaniu serwisów aukcyjnych.
- Był kierownikiem i wykonawcą w ponad 25 projektach badawczych na rzecz praktyki gospodarczej. Jest członkiem Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingowego.
- Jest autorem lub współautorem kilkunastu publikacji z zakresu handlu elektronicznego oraz internetu w marketingu.

mgr Aleksandra Wolczyńska-Zmełty

- Absolwentka politologii oraz dziennikarstwa i komunikacji społecznej.
- Swoje doświadczenie zdobywała w lokalnych mediach tradycyjnych i internetowych, biurze prasowym urzędu miasta oraz w agencji eventowej.
- Od 2019 roku związana z działem marketingu na Uniwersytecie WSB Merito w Chorzowie, gdzie pracuje jako specjalistka ds. pr i mediów społecznościowych.
- Od ponad 10 lat zawodowo zajmuje się tworzeniem tekstów, treści audio oraz materiałów fotograficznych.