

Branding i Content Marketing

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry **DOFINANSOWANE** **OD PAŹDZIERNIKA**

Opis kierunku

Na tym kierunku możesz wybrać:

Studia niestacjonarne w salach wykładowych.

W trakcie zjazdów spotkasz się z wykładowcą oraz pozostałymi uczestnikami osobiście w salach wykładowych w Chorzowie lub Katowicach.

LUB

Studia w formule online (synchronicznie)

Nową wiedzę i umiejętności zdobywasz, dzięki zajęciom realizowanym na platformie MS Teams. Z wykładowcami i uczestnikami studiów kontaktujesz się przez internet, w czasie rzeczywistym (synchronicznie). W zajęciach uczestniczysz w weekendy, zgodnie z ustalonym harmonogramem zjazdów.

Gwarantujemy pełną zgodność z przepisami prawa i najwyższe standardy edukacyjne.

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Kierunek realizowany w partnerstwie

Kierunek, który Cię interesuje jest efektem współpracy **Uniwersytetów WSB Merito z Chorzowa, Poznania, Szczecina i Warszawy.**

Współczesny marketing to rywalizacja marek. Z każdej strony napływają do nas przekazy marketingowe, które mają nas zainteresować i zdobyć naszą sympatię. Ale czy wiesz, że sukces marki zależy od dobrze przemyślanej strategii i planu działania? To nie kwestia wyczucia, lecz zastosowania sprawdzonych metod i ciągłego monitorowania wyników. Jeśli myślisz o budowaniu własnej marki, chcesz zacząć rozwijać się jako content creator lub brand manager, albo marzysz o rozpoczęciu pracy w agencji reklamowej, kierunek Branding i Content Marketing jest idealnym wyborem.

Studia na kierunku Branding i Content marketing przygotowują poszukiwanych na rynku pracy specjalistów dzięki ogromnemu naciskowi na praktyczny, warsztatowy charakter zajęć oraz profesjonalnemu feedbackowi ze strony praktyków brand i content marketingu.

Celem studiów jest budowanie kompetencji wśród specjalistów odpowiedzialnych w organizacjach za komunikację marketingową oraz wśród właścicieli małych firm, poprzez rozwinięcie przez nich umiejętności planowania, tworzenia i dystrybucji treści realizujących strategię wizerunkowe marek.

Program integruje teorię i praktykę, aby jak najlepiej przygotować uczestników studiów do konstruktywnego działania w świecie branding.

Chcesz skorzystać z dofinansowania Bazy Usług Rozwojowych?

Sprawdź nasze usługi w BUR: Wyszukiwarka usług - Baza Usług Rozwojowych - PARP

Jeśli nie możesz znaleźć usługi, która Cię interesuje, skontaktuj się z nami, a wprowadzimy ją specjalnie dla Ciebie!

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Napisz: rekrutacja.sp@chorzow.merito.pl

Jeśli jesteś zainteresowany studiami podyplomowymi i chcesz dowiedzieć się więcej, napisz do nas!

ZAPYTAJ O STUDIA PODYPLOMOWE

Co zyskujesz?

Absolwenci studiów Branding i Content Marketing:

zdobędą unikalną wiedzę i umiejętności z zakresu kreowania marki, cenione na rynku pracy,

poznają najlepsze praktyki brandingowe stosowane na świecie oraz skuteczne i łatwe do zaimplementowania rozwiązania,

nauczą się taktycznego działania w mediach społecznościowych, co pozwoli im na osiągnięcie lepszych wyników,

dowiedzą się, jak opracowywać strategię działań content marketingowych od strony praktycznej,

odkryją i 😊 przećwiczą sposoby tworzenia wartościowych treści realizujących strategię komunikacji marki,

będą mogli 😊 omówić swoje doświadczenia z ekspertami i praktykami w branży marketingowej,

rozwiną swoją kreatywność i twórcze myślenie.

Dla kogo?

Studia kierowane są do osób odpowiadających za działania wizerunkowe pracodawcy albo pragnących rozpocząć karierę w agencjach reklamowych, brandingowych, działach komunikacji i marketingu firm lub jednostek administracji publicznej. Rekomendowane są również właścicielom małych firm, samodzielnie kreujących własną markę.

Uczymy od podstaw i pomagamy szybko zbudować wiedzę.

Praktyczny charakter studiów

Studia ukierunkowane są na rozwój umiejętności, dlatego łącząc teorię i praktykę, realizują program w oparciu o studia przypadków, ćwiczenia, dyskusje moderowane, warsztaty kompetencji oraz mini wykłady z przykładami dobrych praktyk.

Zajęcia prowadzone są przez ekspertów i praktyków w branży kreatywnej, posiadających wieloletnie doświadczenie w komunikacji marketingowej. Dla uczestników studiów przygotowano autorskie materiały dydaktyczne, wraz z rekomendacjami książek, artykułów oraz filmów, będących inspiracją i wiarygodnym źródłem wiedzy z zakresu branding i content marketingu.

"

"Absolwenci studiów Branding i Content Marketing zdobędą praktyczną wiedzę na temat budowania marki, poszukiwaną przez pracodawców. Posiadać szeroki zakres kompetencji związanych ze zintegrowaną komunikacją marketingową. Poznają skuteczne taktyki brandingowe oraz nauczą się tworzyć wartościowe treści, realizujące strategię komunikacji marki."

"

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Kamila C. Mnich

opiekun kierunku i wykładowca Uniwersytetu WSB Merito

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku branding i content marketing



Liczba miesięcy nauki:
9



Liczba godzin: **192**



Liczba zjazdów: **12**



Liczba semestrów: **2**

Istota brandingu (16 godz.)

- idea marki
- podstawy budowania marki
- określanie osobowości marki
- praca z archetypami marek
- klaryfikacja obietnicy marki
- Value Proposition Design
- marki w świecie wartości
- wizerunek docelowy marki wewnątrz i na zewnątrz organizacji
- identyfikacja wizualna marki
- co-branding
- architektura marki
- The Business Model Canvas

Psychologia marki (16 godz.)

- postrzeganie społeczne w kontekście percepcji marki
- znaczenie błędów poznawczych w komunikacji marki
- samokoncept a wartość marki dla odbiorcy
- psychologia cen
- pleć i wiek w marketingu
- wrażliwość na markę
- wpływ emocji na decyzje zakupowe konsumentów
- metody oddziaływania na motywacje i postawy konsumentów w świetle badań naukowych
- co działa, a co nie działa w reklamie

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

metoda Design Thinking w projektowaniu doświadczeń Klientów
projektowanie doświadczeń emocjonalnych – mikrowarsztat
personal branding – mikrowarsztat

Strategia marki (16 godz.)

wyznaczanie kierunków rozwoju marki
strategia i wyznaczanie celów metodą SMART
analiza strategiczna: analiza konsumenta, analiza konkurencji, samoanaliza
consumer insight
pozycjonowanie marki
pojęcie big idea w komunikacji
product placement
celebrity endorsement
rebranding
brand extension
wskaźniki efektywności działań brandingowych

Komunikacja marki (16 godz.)

znaczenie i miejsce komunikacji w modelu biznesowym i procesie marketingowym
zintegrowana komunikacja marketingowa
zasady i wyzwania w obszarze komunikacji marki w XXI wieku
planowanie strategicznej komunikacji marki - elementy procesu
niestandardowe działania komunikacyjne marek
Brand Behaviour & Customer Experience
tworzenie Brand Booka

Marka w mediach społecznościowych (16 godz.)

ekosystem social media
strategiczne podejście do mediów społecznościowych
zasady prowadzenia skutecznych działań marketingowych w mediach społecznościowych
planowanie działań brandingowych w mediach społecznościowych
analityka działań w social media – mierzenie efektów działań
influencer marketing
tips & tricks
najciekawsze trendy w prowadzeniu mediów społecznościowych

Nowe trendy w marketingu i branding (16 godz.)

trendy, makrotrendy, mikrotrendy, kontr trendy, sygnały zmian
najciekawsze trendy społeczne, technologiczne, środowiskowe i komunikacyjne

mikrotrendy w marketingu małych firm
Growth Hacking
Context Map Canvas
Consumer Trend Canvas
Consumer Trend Radar

Content marketing jako narzędzie budowania marki (16 godz.)

content marketing w budowaniu marki eksperckiej i biznesu online
wyznaczanie celów działań content marketingowych
tworzenie strategii content marketingowej
wartościowanie informacji w kontekście branding
podstawy SEO
planowanie tematów
opracowywanie harmonogramu publikacji
dostosowanie przekazu do kanału komunikacji
webwriting
content design
podstawy komunikacji wizualnej
dystrybucja treści w Internecie
analizowanie efektywności działań
AI w content marketingu
najczęściej popełniane błędy w content marketingu

Warsztaty tworzenia treści (16 godz.)

content design w praktyce
techniki pisania – mikrowarsztat
jak robić dobre zdjęcia smartfonem – mikrowarsztat
retusz zdjęć – mikrowarsztat
projektowanie w programie Canva – mikrowarsztat
montaż filmów w bezpłatnych programach – mikrowarsztat
popularne narzędzia content marketingowe

Content video (16 godz.)

siła obrazu
video w strategii marki
formaty video budowanie społeczności na You Tube
błędy w działaniach video marketingowych
Video Content Marketing - warsztat

Storytelling w budowaniu marki (16 godz.)

mitologizacja marki
kreowanie doświadczenia poprzez opowieść
klasyczne schematy narracyjne i ich zastosowanie w branding
techniki storytellingowe
emotywna funkcja języka
eksploracyjna funkcja metafor
markery emocjonalne
sprzedaż za pomocą opowieści
budowanie relacji i networking

Relacje z mediami (16 godz.)

elementarne zasady współpracy z dziennikarzami
mikrowarsztat tworzenia baz mediów
formy komunikacji z mediami
warsztat tworzenia informacji prasowych
komunikacja w sytuacji kryzysu wizerunkowego
mikrowarsztat zarządzania sytuacją kryzysową

Podstawy prawa autorskiego (16 godz.)

wykorzystanie wizerunku
autoryzacja wypowiedzi
stosowanie fragmentów cudzych utworów
licencje Creative Commons
zapisy umowne stosowane w obrocie prawami autorskimi i innymi prawami własności intelektualnej
konsekwencje wynikające z naruszenia praw autorskich
tworzenie regulaminów konkursów oraz uwarunkowania prawne dotyczące wyłaniania zwycięzców – warsztat
umowy z influencerami i freelancerami - warsztat

Forma zaliczenia



test sprawdzający
wiedzę po I semestrze

test sprawdzający
wiedzę po II semestrze

Wykładowcy

Kamila C. Mnich

Praktyk branży kreatywnej, wykładowca, certyfikowany coach i trener. Opiekun merytoryczny kierunku Branding i Content Marketing na Uniwersytecie WSB Merito w Chorzowie oraz Wrocławiu.

Pracowała w dużych agencjach reklamowych, jako copywriter, członek zespołów kreatywnych i dyrektor artystyczny. Tworzyła kampanie reklamowe, programy edukacyjne i gry miejskie. Współtworzyła i realizowała strategie komunikacji marketingowej dla polskich firm oraz międzynarodowych koncernów.

Pracowała m.in. dla Vattenfall Distribution Poland Sp. z o.o, Vattenfall Sales Poland S.A., Tauron Polska Energia S.A, Krakowskiego Holdingu Komunalnego S.A., Park Wodnego Nemo - Wodny Świat, Beskidzkiego Domu Maklerskiego S.A., Centrali Zaopatrzenia Hutnictwa S.A. Ukończyła socjologię na Uniwersytecie Śląskim oraz studia trenerskie na Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu. Posiada certyfikat Noble Manhattan Coaching oraz IIC&M International Institute of Coaching & Mentoring.

Krzysztof Wadas

Marketingowiec praktyk, ekonomista, psycholog społeczny i trener biznesu. Laureat nagrody Dyrektor Marketingu Roku 2020/2021 w kategorii zespołowej. Od kilkunastu lat pracuje w biznesie, tworzy strategie marek oraz markami zarządza. Obecnie pełni funkcję Dyrektora ds. Marketingu w Agata S.A., gdzie między innymi odpowiadał za wdrożenie jednej z najbardziej charakterystycznych kampanii reklamowych w Polsce – z Małgorzatą Sochą i Ewą Kasprzyk, która w 2021 roku była nominowana do nagrody Effie. Od wielu lat prowadzi warsztaty z zakresu między innymi strategii marki, reklamy, marketingu. Autor książki „Strategia marki krok po kroku. Czyli jak z marek małych zrobić marki wielkie”.

Jacek Lipski

Ekspert z zakresu budowania strategii marketingowych i planowania działań w social media. Prowadzi firmę B&L Consulting specjalizującą się w doradztwie marketingowym, szkoleniach oraz obsłudze marketingowej małych firm oraz startupów. Doświadczenie zawodowe zdobywał jako Project&Social Media Manager w lubelskiej agencji reklamowej Vena Art oraz w korporacyjnych działach marketingu i komunikacji wewnętrznej w Żagiel S.A. i Vattenfall Distribution Poland. Jest mentorem w AIP Lublin i współautorem e-booka „Lubelskie Startupy 2015”. Publikuje na własnym blogu marketingowym oraz gościnnie w magazynach branżowych „Marketing in Progress”, „Marketing i Biznes” oraz „Marketer+”. Więcej informacji: www.jaceklipski.com.pl

Marcin Woźniak

Ekspert w zakresie marketingu internetowego. Od dekady realizuje działania związane z przygotowaniem strategii marketingowych, obsługą social media, kampaniami SEM i przygotowaniem stron internetowych. Od 2015 roku prowadzi własną agencję EPIC, gdzie skupia się kompleksowo na działaniach związanych z marketingiem w Internecie oraz prowadzeniu szkoleń związanych z tą tematyką.

Pracował przy projektach z różnorodnych branż: Edwanex (huta szkła), Pszczółka (FMCG), Szwedzki Stół Lublin (gastronomia), BestStaff (mechanika), Zoopers (sklep dla zwierząt), SzklanyDom.pl, Nutchup PLi GB (e - commerce), OSK Osior (nauka jazdy), Amerpharma (produkcja kontraktowa), Fundacja Sztukmistrze, AZS Lublin i wiele innych.

Od 2016 roku prowadzi szkolenia z tematyki Google Ads i podstaw analityki, marketingu w małej firmie, social media marketingu na Facebooku oraz Instagramie. Przeprowadził kilkadziesiąt szkoleń w firmach i instytucjach takich jak: Fundacja Sztukmistrze, AmerPharma, AZS Lublin, Pierre Lupina, Fundacji Teatrikon, Ogólnopolskie Spotkania Teatralne Zwierciadła, Biuro Karier KUL, Fundacja na rzecz nauki i innowacyjności i inne. Współpracował również ze Startup Academy jako szkoleniowiec i mentor. W 2019 roku został mentorem podczas konferencji SmartFoodies Weekend 2019.

Oskar Rak

Ekspert w dziedzinie wideo marketingu i komunikacji audiowizualnej. Wiedzę, którą zdobył w katowickiej Szkole Filmowej oraz Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, zmienia w filmy, które sprzedają i wzbudzają emocje. Ceni sobie urozmaicenie w biznesie, dlatego działa jednocześnie w kilku obszarach: jest współwłaścicielem domu produkcyjnego klikfilm.pl, gdzie realizuje nagrania kursów online, filmów reklamowych oraz transmisji na żywo, współwłaścicielem agencji butikowej Mrowisko – wyjątkowego miejsca, które na pierwszym miejscu stawia etykę i wsparcie innych biznesów na partnerskich zasadach oraz wykładowcą Krakowskiej Szkoły Filmowej i Uniwersytecie WSB Merito, gdzie dzieli się swoją wiedzą oraz doświadczeniem. Miał okazję pracować z wieloma klientami z różnych dziedzin, między innymi: OLX, Tesco Polska, Oki Europe, Idea Bank, DietFood, pracuj.pl czy Ardagh Group. W wolnym czasie szkoli z video, występuje na konferencjach i prowadzi wykłady. Jego darmowe treści możesz znaleźć na kanale na YouTube i na jego blogu.

Adam Pioch

Od ponad 15 lat specjalizuje się w Storytellingu. Tworzy opowieści i uczy jak to robić. Storytelling wykorzystuje w marketingu, szkoląc swoich klientów z tworzenia angażujących biznesowych opowieści.

Jest współautorem książki Biblia e-Biznesu 2., oraz Biblii e-Biznesu 3. Przygotował 4 rozdziały w tym jeden o storytellingu. Trzykrotnie wybrany najlepszym wykładowcą na kierunku Executive MBA WSB Wrocław. W Toastmasters osiągnął najwyższy możliwy poziom DTM (Distinguished Toastmaster).

Wykłada storytelling na uczelniach wyższych: WSB (Executive MBA – Business Trends, Wystąpienia Publiczne), Collegium Da Vinci (Marketing Internetowy), ASBIRO, Uczelnia Łazarskiego (Architekci Marki) oraz Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu i Wrocławiu.

Pisze opowieści z gatunku grozy, która jest jego ulubionym gatunkiem literackim. Kolekcjonuje wspomnienia. Stworzył własną markę szkoleń z tworzenia angażujących opowieści: Storytelling Power!

Anna Przybysz

Szefowa Akademii Icon, Starszy konsultant Icon Strategies. Doświadczenie zdobywała pracując po stronie agencji oraz w działach PR. Przed dołączeniem do Icon Strategies pełniła funkcję PR managera w OFFON Agency, agencji wideomarketingu oraz spółce technologicznej i-systems. Jako doradca public relations pracowała dla Polskiego Związku Zarządzania Wierzytelnościami, firmy doradczej FUZERS, czy agencji interaktywnej Cyrek Digital.

Prowadzi zajęcia z zakresu public relations na Uniwersytecie WSB Merito w Chorzowie i Opolu, w Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, na kierunku Marketing Internetowy oraz na Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu i Wrocławiu. Laureatka najważniejszego konkursu w branży PR - Złote Spinacze.

Dominik Trzmielewski

Członek Okręgowej Izby Radców Prawnych w Warszawie. Absolwent Uczelni Łazarskiego w Warszawie oraz Uniwersytetu Warszawskiego. Swoje ponad dziesięcioletnie doświadczenie zawodowe zdobywał początkowo w dużej warszawskiej kancelarii prawnej obsługującej przedsiębiorców. Obecnie, po uzyskaniu tytułu radcy prawnego, prowadzi własną praktykę zawodową, w ramach której świadczy kompleksową obsługę prawną na rzecz m.in. spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej IMS – lidera rynku wyspecjalizowanych usług z zakresu marketingu sensorycznego.

W bieżącej działalności koncentruje się przede wszystkim na zagadnieniach z zakresu prawa gospodarczego, prawa nowych technologii i własności intelektualnej, ze szczególnym uwzględnieniem prawa autorskiego oraz tworzeniu odpowiednich warunków do prowadzenia biznesu w kreatywny i bezpieczny sposób.

Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najwięcej!

Zapisując się do 19 sierpnia, zyskujesz 800 zł, dzięki:

400 zł zniżki w czesnym rozliczanej przez cały okres studiów,
proporcjonalnie do wybranego systemu ratalnego,
400 zł dzięki zwolnieniu z opłaty wpisowej.

do 19 sierpnia
czesne już od
207 zł ~~230 zł~~
miesięcznie

Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

W Uniwersytecie WSB Merito szanujemy Twój czas i pieniądze, dlatego o finansach mówimy otwarcie. Nie mnożymy dodatkowych opłat, nie przemycamy małym druczkiem ukrytych kosztów. U nas wiesz dokładnie, za co płacisz.

Studia podyplomowe to inwestycja, która zwraca się już w ich trakcie, w postaci nowych umiejętności i kontaktów, które owocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe w Uniwersytecie WSB Merito i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	5350 zł 5750 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2760 zł 2960 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	570 zł 610 zł

	Rok nauki	Czesne
--	-----------	--------

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

12 rat

1 rok

486 zł 520 zł

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	5150 zł 5750 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2660 zł 2960 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	550 zł 610 zł

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	470 zł 520 zł

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.