UNIWERSYTET WSB MERITO ŁÓDŹ

wcześniej Wyższa Szkoła Bankowa

Nowoczesny marketing

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Marketing i sprzedaż

Cechy: Od października • Polski • Rekrutacja zakończona

Miasto: Łódź

To kierunek dla osób, które:

- chcą być na bieżąco z trendami i nowinkami w świecie marketingu i komunikacji,
- planują wejść do branży lub przebranżowić się i szukają konkretnego know-how,
- pracują w marketingu, reklamie lub PR i chcą zdobyć świeże, praktyczne spojrzenie,
- prowadzą firmę i chcą skuteczniej promować swoje usługi i budować markę,
- chcą tworzyć kampanie, które naprawdę przyciągają uwagę i przynoszą efekty

4
bezpłatne szkolenia.

92%
uczestników poleca studia podyplomowe.
Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.

Dostęp online
Wysoka jakość kształcenia. Wszystkie materiały dydaktyczne będą dostępne dla Ciebie online.

91%
pracodawców ocenia bardzo dobrze lub dobrze współpracę z naszymi uniwersytetami.
Źródło: "Badanie opinii pracodawców, 2024"

Kadra złożona z praktyków
Zajęcia prowadzą eksperci i pasjonaci swojej dziedziny, którzy mają realne doświadczenie.

Networking i rozwój kompetencji
Studia rozwijają kompetencje niezależnie od doświadczenia. Dzięki interaktywnym zajęciom i wymianie doświadczeń z innymi zyskasz wiedzę, umiejętności i cenne kontakty.

Praktyczny charakter studiów
Zwiększysz kompetencje i efektywność dzięki warsztatom, case studies, burzom mózgów, symulacjom, grom decyzyjnym i dyskusjom.

9	170	10	2
Liczba miesięcy nauki	Liczba godzin zajęć	Liczba zjazdów	Liczba semestrów

Program studiów

Program studiów

Program

- Nowoczesny marketing - Podstawy marketingu i jego ewolucja (4 godz.)
- Narzędzia i instrumenty promocji (4 godz.)
- Innowacje marketingowe - analiza trendów i narzędzi cyfrowych: Perplexity, Gemini, Gamma, ChatGPT, Claude (8 godz.)
- Zarządzanie marką i jej atrybutami. Employer Branding vs. Personal Branding (8 godz.)
- Social Listening i Zarządzanie Reputacją Online (8 godz.)
- Psychologia w marketingu (8 godz.)
- Planowanie kampanii reklamowej i pomiar efektywności - online i offline (8 godz.)
- Współpraca z agencjami marketingowymi, reklamowymi i badawczymi (8 godz.)
- Badania marketingowe - metody i techniki (8 godz.)
- Prognozowanie zjawisk rynkowych oraz wyznaczanie celów marketingowych i sprzedażowych (8 godz.)
- Customer Experience (CX) (8 godz.)

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 Uniwersytetem WSB Merito w Łodzi, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- Strategia komunikacji wielokanałowej i budowanie społeczności online. LinkedIn i Thought Leadership (8 godz.)
- Video marketing & Influencer Marketing (8 godz.)
- Business Model Canvas i Design Thinking (8 godz.)
- Storytelling i Copywriting - kreatywna praca z tekstem (8 godz.)
- Wprowadzenie do Google Ads oraz Social Media ads (FB, IG, TikTok, LinkedIn) (8 godz.)
- Email marketing i automatyzacja (8 godz.)
- Podstawy narzędzi do śledzenia danych (8 godz.)
- Brand24 - monitoring internetu i trendy AI (8 godz.)
- PR i współpraca z mediami (8 godz.)
- Umowy i prawo autorskie w marketingu (4 godz.)
- Prawo a reklamy (4 godz.)
- Case study i warsztaty praktyczne (9 godz.)

Forma zaliczenia

- Test końcowy (1 godz.)

Warunki przyjęcia

Aby zostać uczestnikiem studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito, należy:

- mieć **ukończone studia licencjackie, inżynierskie lub magisterskie**,
- złożyć **komplet dokumentów** i spełnić wymogi rekrutacyjne,
- o przyjęciu decyduje **kolejność zgłoszeń**.

Dowiedz się więcej

Możliwości dofinansowania

- **Pierwsi zyskują najwięcej!** Im szybciej się zapiszesz, z tym większej zniżki skorzystasz.
- Oferujemy specjalne, **większe zniżki dla naszych absolwentów**.
- Możesz skorzystać z dofinansowania z **Bazy Usług Rozwojowych**.
- Funkcjonuje u nas **Program Poleceń**.
- Pracodawca może dofinansować Ci studia, otrzymując dodatkową zniżkę w ramach **Programu Firma**.
- Warto sprawdzić możliwości dofinansowania z **KFS**.

Dowiedz się więcej

Czego się nauczysz?

- zrozumiesz, jak zmienia się marketing i jak wykorzystywać aktualne trendy, technologie oraz AI w pracy marketingowej;

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 Uniwersytetem WSB Merito w Łodzi, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- nauczysz się wykorzystywać Business Model Canvas i Design Thinking,
- poznasz podstawy neuromarketingu,
- nauczysz się budować przekaz marki przez storytelling, copywriting i content marketing;
- nauczysz się planowania kampanii marketingowych, określania celów i KPI oraz mierzenia ich efektywności,
- nauczysz się zarządzać Customer Experience,
- poznasz zasady PR
- poznasz Google Analytics, Google Ads i inne narzędzia analityczne,
- nauczysz się wykorzystywać video marketing oraz współpracę z influencerami jako element szerszej strategii komunikacyjnej;
- poznasz zasady budowania marki osobistej, obecności eksperckiej na LinkedIn oraz thought leadership;
- nauczysz się projektować komunikację wielokanałową i budować zaangażowane społeczności wokół marek;
- zrozumiesz rolę Employer Brandingu w komunikacji organizacji,
- poprowadzisz social listening i monitoring internetu

Ceny

Dla Kandydatów

	1 rok
1 rata	**6240 zł** (1 x 6240 zł)
2 raty	**3120 zł** (2 x 3120 zł)
10 rat	**624 zł** (10 x 624 zł)
12 rat	**520 zł** (12 x 520 zł)

Dla naszych absolwentów

	1 rok
1 rata	**6240 zł** (1 x 6240 zł)
2 raty	**3120 zł** (2 x 3120 zł)
10 rat	**624 zł** (10 x 624 zł)
12 rat	**520 zł** (12 x 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 Uniwersytetem WSB Merito w Łodzi, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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

mgr Paula Rabel

- Specjalizuje się w marketingu i komunikacji. Projektuje strategie, kampanie i projekty dla autentycznych marek. Prowadzi PR and more i współtworzy markę Dental Republic.
- Łączy strategię z kreatywnością. Realizuje kampanie TV i digital, prowadzi wydarzenia i projekty komunikacyjne. Współtworzy Stowarzyszenie Przyjaciele Marketingu.
- Pomysłodawczyni i współorganizatorka IN OUT™ – pierwszej konferencji marketingowej w Kujawsko-Pomorskim, łączącej ekspertów, marki i społeczność wokół nowoczesnej komunikacji.
- Wykładowczyni i opiekunka kierunku „Nowoczesny Marketing” na WSB Merito. Specjalizuje się w storytellingu, PR, obserwacji trendów i łączeniu ludzi, marek oraz idei.

dr Aldona Lipka

- Specjalistka ds. marketingu i zarządzania marką, biegła sądowa Sądu Okręgowego z nauk o zarządzaniu, adiunktka i audytorka procesów marketingowych, ekspertka Izby Przemysłowo-Handlowej w Toruniu.
- Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w biznesie B2B.
- Autorka publikacji z zakresu zarządzania marką i zachowań klientów.
- Człowiek z pasją

Karolina Martyniuk

- Zajmuje się zarządzaniem strategicznym, marketingiem i metodami zwinnymi w rozwoju marek, retailu i organizacji omnichannel. Koncentruje się na łączeniu strategii z wdrożeniem.
- Od 15 lat związana z marketingiem. Specjalizuje się w strategii i marketingu omnichannel oraz wdrażaniu innowacyjnych projektów i procesów w organizacjach.
- Odpowiadała m.in. za marketing AGD w Samsung i RTV Euro AGD, wspierając podwojenie sprzedaży. Obecnie prowadzi marketing IKEA Warszawa oraz omnichannelową ekspansję marki.
- Specjalizuje się w strategii marketingowej, brandingu, retailu i e-commerce. Zajmuje się omnichannel, zarządzaniem projektami oraz wdrażaniem skalowalnych rozwiązań.

mgr Krzysztof Łosiakowski

- Specjalizuje się w customer experience, zarządzaniu, psychologii biznesu oraz komunikacji w organizacjach. Interesuje się wpływem CX na sprzedaż, zaangażowanie zespołów i efektywność procesów.
- Head of Sales Operations, wykładowca i trener biznesowy. Posiada doświadczenie menedżerskie w sprzedaży, contact center i zarządzaniu procesami oraz realizuje projekty rozwojowe i

optymalizacyjne.

- Autor i realizator projektów CX wspierających wzrost sprzedaży. Prowadzi szkolenia i wykłady akademickie oraz wspiera liderów i zespoły w budowaniu skutecznej komunikacji i doświadczeń klientów.
- Ekspert w CX, komunikacji i zarządzaniu zespołami. Łączy wiedzę psychologiczną z praktyką biznesową, skutecznie przekładając strategię na działania operacyjne i sprzedażowe.

mgr Dagmara Pakulska-Porembińska

- Marketerka, przedsiębiorczyni i konferansjerka. Założycielka ESPRESSO MARKETING, w ramach której szkoli, konsultuje oraz przeprowadza audyty z zakresu komunikacji w social mediach.
- Specjalizuje się w skutecznej komunikacji w mediach społecznościowych, głównie na LinkedIn i X. Zajmuje się także copywritingiem, personal brandingiem, employee advocacy oraz social sellingiem.
- Stała bywalczyni największych konferencyjnych scen w Polsce, m.in. I Love Marketing. Jedna z TOP 25 Liderek LinkedIna w Polsce według Forbes Women oraz TOP 3 na LinkedIn według Favicon.
- Biegłość w prowadzeniu komunikacji organicznej dopracowanej do perfekcji, opartej na danych i dobrej znajomości grupy docelowej.

mgr Piotr Zimolzak

- Socjolog i matematyk. Specjalizuje się w badaniach ilościowych oraz wielowymiarowej analizie danych, z naciskiem na techniki segmentacji. Interesuje się modelami cech ukrytych w naukach społecznych.
- Doświadczony ekspert i praktyk w badaniach rynku i opinii. Od 15 lat kieruje agencją badawczą i nadzoruje pracę zespołów badawczych.
- Prelegent wielu konferencji branżowych i tematycznych, gościnny wykładowca akademicki oraz prowadzący warsztaty dla studentów i praktyków ze świata marketingu.
- Biegle analizuje dane ilościowe, sprawnie obsługuje pakiety do analizy statystycznej oraz posiada doświadczenie w projektowaniu i prowadzeniu badań marketingowych i społecznych.

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 Uniwersytetem WSB Merito w Łodzi, studentem zawierana jest w formie pisemnej.