

Nowoczesny marketing

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Cechy: Od października • Polski

Miasto: Łódź

To kierunek dla osób, które:

- chcą rozpocząć karierę w marketingu i potrzebują solidnych podstaw do startu,
- mają już pierwsze doświadczenia, ale chcą uporządkować i poszerzyć wiedzę,
- myślą o przebranżowieniu i szukają praktycznych kompetencji w nowoczesnym marketingu,
- pracują w PR, e-commerce lub agencjach i chcą działać skuteczniej i pewniej,
- szukają inspiracji, wiedzy i kontaktów, które otworzą nowe możliwości zawodowe.



4

bezpłatne szkolenia.

Dostęp online

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

Kadra złożona z praktyków

Zajęcia prowadzą eksperci i pasjonaci swojej dziedziny, którzy mają realne doświadczenie.

Praktyczny charakter studiów

Zwiększysz kompetencje i efektywność dzięki warsztatom, case studies, burzom mózgow, symulacjom, grom decyzyjnym i dyskusjom.

92%

uczestników poleca studia podyplomowe.

Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.

91%

pracodawców ocenia bardzo dobrze lub dobrze współpracę z naszymi uniwersytetami.

Źródło: "Badanie opinii pracodawców, 2024"

Networking i rozwój kompetencji

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

9

160

10

2

Liczba miesięcy nauki Liczba godzin zajęć Liczba zjazdów Liczba semestrów

Program studiów

Program studiów

Wprowadzenie do marketingu (24 godz.)

Podstawowe koncepcje marketingu (8 godz.)

- Procedura zarządzania marketingowego
- Marketing mix
- Benchmarking w zarządzaniu
- Współczesne trendy w marketingu
- Psychologia w marketingu

Tworzenie strategii marketingowej (8 godz.)

- Wprowadzenie do analizy grupy docelowej
- Cele strategiczne i operacyjne w marketingu
- Plan marketingowy
- Strategie rynkowe i produktowe B2B oraz B2C



- Budowanie przewagi konkurencyjnej

Trening twórczego myślenia (8 godz.)

- Przeszkody i bariery procesu twórczego w marketingu
- Metody stymulowania kreatywności
- Metody kreatywnego rozwiązywania problemów biznesowych
- Techniki generowania pomysłów modyfikujące istotę problemu
- Techniki udoskonalania, dopracowywania pomysłów marketingowych

Kompetencje skutecznego marketingowca (32 godz.)

Zarządzanie relacjami z klientem (8 godz.)

- Czym jest zarządzanie relacjami z Klientem?
- Potrzeby Klienta w budowaniu z relacji
- Budowanie empatii proklienckiej - mapa empatii Klienta
- Budowanie strategii zarządzania relacjami z Klientem
- Najczęstsze błędy popełniane w budowaniu relacji
- Style komunikacji z Klientem
- CRM - czym jest oraz jakie są cele wdrożenia systemu CRM
- Przykłady zastosowania CRM - wymiana doświadczeń

Badania i analizy marketingowe (8 godz.)

- Organizacja systemu badań marketingowych
- Narzędzia badań marketingowych
- Obszary analizy strategicznej
- Podejmowanie decyzji na podstawie badań i analiz marketingowych
- Wskaźniki marketingowe

Zarządzanie projektami (4 godz.)

- Wdrażanie metodologii zarządzania projektami marketingowymi w firmie
- Planowanie i realizacja projektu
- Wykorzystanie narzędzi IT do zarządzania projektami

Współpraca z agencjami reklamowymi (4 godz.)

- Rodzaje agencji reklamowych
- Kryteria wyboru agencji reklamowych
- Jak stworzyć brief dla agencji
- Współpraca przy tworzeniu projektów



Przygotowywanie i prowadzenie prezentacji biznesowych (8 godz.)

- Analiza grupy odbiorców
- Struktura prezentacji
- Komunikatywność w prowadzeniu prezentacji
- Mowa ciała
- Praktyczne metody prowadzenie wystąpień publicznych

Marketing internetowy (56 godz.)

Analiza działań online marketingowych (8 godz.)

- Kluczowe wskaźniki w online marketingu
- Skuteczna implementacja mierzenia danych
- Narzędzia analizy danych w Internecie (Google Analytics)

Social media marketing (16 godz.)

- Poznanie najpopularniejszych kanałów social media
- Tworzenie społeczności dzięki social media
- Działanie algorytmów social media – budowanie zasięgów organicznych i podstawy płatnych kampanii
- Różnice w social mediach B2B i B2C
- Budowanie strategii social media – dobór kanałów i wyznaczanie celów
- Mierzenie efektów działań – jak dobrać metryki
- Podstawy monitoringu mediów
- Trendy w social mediach – analiza konkurencji, aktualizacje platform, RTM
- Automatyzacja pracy w praktyce (wykorzystanie narzędzi opartych o AI, jak ChatGPT)

Content marketing i SEO (8 godz.)

- Przykłady materiałów i sposobów wykorzystania
- Cele marketingu treści
- Najważniejsze elementy wpływające na pozycję stron w wynikach wyszukiwania
- Tworzenie treści pod wyszukiwarki internetowe
- Narzędzia pomagające w pracy content marketera (pisanie treści, analiza słów kluczowych, monitorowanie pozycji stron internetowych, itp.)
- Jak wykorzystać sztuczną inteligencję przy tworzeniu strategii content marketingowej (np. narzędzia jak ChatGPT)

Systemy reklamowe online (8 godz.)

- Przegląd płatnych kanałów internetowych (social media, SEM, reklamy natywne)



- Kluczowe wskaźniki reklam internetowych
- Tworzenie i optymalizacja reklam online
- Praktyczne poznanie podstaw działania systemów reklamowych (Facebook/Instagram, LinkedIn, Google Ads, TikTok)

Email marketing i automatyzacja komunikacji (8 godz.)

- Strategia email marketingowa – zastosowanie i korzyści
- Narzędzia email marketingowe
- Budowanie baz odbiorców
- Segmentacja baz danych
- Dostarczalność wiadomości
- Automatyzacja działań email marketingowych

E-commerce - jak pracować ze sklepem internetowym (8 godz.)

- Narzędzia e-commerce (sklepy internetowe, platformy aukcyjne, platformy transakcyjne, porównywarki cenowe)
- Zarządzanie ofertą w sklepie i na platformach publicznych
- Komunikacja z klientami w e-commerce
- Promocja sklepu internetowego

Narzędzia marketingowe (48 godz.)

Zarządzanie produktem (8 godz.)

- Analiza portfela produktów
- Analiza cech i korzyści produktów
- Strategie zarządzania produktem

Strategie cenowe (8 godz.)

- Charakterystyka czynników kształtujących strategie cenowe przedsiębiorstwa
- Zasady analizy kosztów przy budowaniu strategii cenowych
- Rodzaje strategii cenowych ze względu na oczekiwania nabywców
- Rodzaje strategii cenowych ze względu na sytuację konkurencyjną
- Praktyczne symulacje biznesowe w zakresie budowania strategii cenowych.

Zarządzanie marką (8 godz.)

- Strategia marki
- Budowanie marki fizycznej
- Planowanie komunikacji marki
- Branding w budowaniu trwałej przewagi konkurencyjnej



Event marketing (8 godz.)

- Rola event marketingu w strategii marketingowej.
- Jak zarządzać projektem event marketingowym?
- Event live, digital, hybrid. Mocne i słabe strony rozwiązań.
- Rynek agencji eventowych w Polsce i na świecie
- Komunikacja z uczestnikami podczas wydarzeń

PR i komunikacja z otoczeniem (8 godz.)

- Miejsce PR w komunikacji 360°
- PR a marketing - główne różnice
- Jak zbudować rozpoznawalną markę w mediach
- Podstawowe zasady i wybrane narzędzia współpracy z dziennikarzami

Video marketing (8 godz.)

- Strategia tworzenia treści video
- Tworzenie materiału video od A do Z
- Różnice w tworzeniu materiałów video w zależności od celu (webinary, YouTube, TikTok, Instagram, inne)
- Narzędzia video marketingu przydatne w pracy video-marketera
- Mierzenie rezultatów kampanii video

Forma zaliczenia

- egzamin sprawdzający wiedzę i umiejętności
- projekt zaliczeniowy

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?

- Zaplanujesz i zrealizujesz **kampanię marketingową**, korzystając z narzędzi online i offline.
- Nauczysz się **tworzyć treści, które przyciągają uwagę i sprzedają** – także z pomocą AI.
- Poznasz **zasady skutecznego zarządzania projektami marketingowymi** i współpracy z agencjami.
- Zdobędziesz **praktyczne umiejętności analizy danych** i wyciągania z nich trafnych wniosków.
- Dowiesz się, **jak działa social media marketing** i jak budować społeczność wokół marki.
- Zrozumiesz, **jak budować silną markę** i skutecznie się z nią komunikować w różnych kanałach.

Ceny

Dla Kandydatów

1 rok

1 rata	5360 zł 6240 zł (1 x 5360 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 5300zł
2 raty	2680 zł 3120 zł (2 x 2680 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 2650zł
10 rat	536 zł 624 zł (10 x 536 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 530zł
12 rat	446 zł 520 zł (12 x 446 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 441zł

Dla naszych absolwentów

1 rok

1 rata	4960 zł 6240 zł (1 x 4960 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 4900zł
2 raty	2480 zł 3120 zł (2 x 2480 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 2450zł
10 rat	496 zł 624 zł (10 x 496 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 490zł
12 rat	413 zł 520 zł (12 x 413 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 408zł

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.

mgr Joanna Cieślak

- Magister prawa, posiadający wiedzę teoretyczną i praktyczną w obszarze zagadnień prawnych, którą wykorzystuje w pracy zawodowej oraz w rozwijaniu zainteresowań związanych z prawem.
- HR managerka z wieloletnim doświadczeniem w zarządzaniu zasobami ludzkimi w administracji samorządowej, gdzie rozwijała procesy kadrowe i wspierała efektywne funkcjonowanie instytucji.
- Specjalizuje się w rekrutacji, selekcji oraz analizie danych, wykorzystując narzędzia analityczne w celu usprawniania procesów HR i wspierania w podejmowaniu strategicznych decyzji dotyczący ZZL.
- Współtworzy inicjatywy promujące równość płci, niedyskryminację i inkluzywność. Wdraża programy szkoleniowe rozwijające szeroki zakres umiejętności pracowników i wspierające zaangażowane przywództwo.

dr Marcin Kuna

- Doktor nauk społecznych; specjalizuje się w badaniach nad zaufaniem klienta do marki w internecie oraz systemowym zarządzaniem wspieranym narzędziami reklamowymi dla firm.
- Założyciel i dyrektor Laventus Digital z 15-letnim doświadczeniem w PPC, SEO, paid social i automatyzacjach; doradza firmom e-commerce i lead generation, wykładowca i prelegent projektów wzrostu 360.
- Prowadzi liczne kampanie marketingowe w każdej skali budżetowej, ma status Google Premier Partner w trzech projektach agencyjnych; rozwija efektywną agencję laventusdigital.co.uk.
- Specjalizuje się w social media marketingu, SEO, PPC, researchu, automatyzacji biznesu, komunikacji, strategiach digital oraz wykorzystaniu AI.

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.