

# Content marketing

STUDIA I STOPNIA - SPECJALNOŚĆ

**Forma:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe • Hybrydowe popołudniowo-weekendowe

**Cechy:** Studia I stopnia licencjackie • Od października • Polski • 6 semestrów

**Miasto:** Poznań



## Czego się nauczysz?

- Nauczysz się inicjować **twórcze środowisko pracy**, w którym pomysły rozwijają się naturalnie i przyciągają uwagę odbiorców.
- Dowiesz się, jak wykorzystywać **język korzyści**, aby tworzyć komunikaty, które angażują klientów i budują więź z marką.
- Nauczysz się dobierać **kanały komunikacji do marki**, tak by treści skutecznie docierały do właściwych grup odbiorców.
- Opanujesz **pisanie i reżyserowanie materiałów reklamowych** – od tekstów prasowych po spoty radiowe i produkcje wideo.
- Nauczysz się projektować **wartościowe treści marketingowe**, które wyróżniają markę, zwiększają jej rozpoznawalność i przyciągają uwagę.
- Dostosujesz **techniki projektowania produktów i usług**, aby odpowiadały na realne potrzeby klientów i budowały lojalność wobec marki.

## Praca dla Ciebie

- Pracuj jako **copywriter**. Twórz teksty reklamowe, artykuły i komunikaty dla marek, buduj relacje z odbiorcami i wzmacniaj ich zaangażowanie.
- Zatrudnij się jako **specjalista ds. contentu**. Organizuj kalendarze publikacji, koordynuj produkcję treści i dbaj o spójność komunikacji marki z odbiorcami.
- Bądź **SEO copywriterem**. Optymalizuj teksty, tak by generowały ruch i pojawiały się wyżej w wyszukiwarkach, a jednocześnie angażowały wartościową treścią.
- Pracuj jako **online marketing specialist**. Realizuj strategie digitalowe, analizuj kampanie i łącz treści contentowe z działaniami reklamowymi w sieci.
- Zatrudnij się jako **lead generator specialist**. Projektuj treści, które przyciągają potencjalnych klientów i twórz lejki sprzedażowe w oparciu o komunikację inbound.
- Bądź **content strategist / plannerem**. Opracowuj strategie komunikacji marki, wybieraj formaty treści i ustalaj, co i kiedy publikować, by rezonować z grupą docelową.

## Program

### 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

- Podstawy marketingu
- Podstawy zarządzania
- Podstawy psychologii
- Podstawy prawa
- Podstawy finansów organizacji
- Etyka w biznesie
- Techniki sprzedaży
- Psychologia w marketingu i sprzedaży
- Ekonomia
- Zarządzanie marką
- Zarządzanie ceną i dystrybucją
- Zarządzanie produktem
- Badania marketingowe
- Zachowania konsumentów
- Komunikacja marketingowa
- Planowanie marketingowe
- Komunikacja w biznesie
- Reklama i PR
- Global marketing
- Design thinking

## Wybrane zajęcia specjalnościowe

- Marketing internetowy



- Planowanie i realizacja kampanii reklamowych w internecie
- Public relations w internecie
- Content marketing
- Tworzenie treści tekstowo-graficznych
- Analiza trendów
- Marketing w wyszukiwarkach internetowych i optymalizacja treści
- Brand safety – bezpieczeństwo marki

## Nauka języka obcego

### Na studiach stacjonarnych:

- 240 godzin nauki jednego języka obcego (60 godzin w semestrze, od 2 do 5 semestru).

### Na studiach niestacjonarnych:

- 64 godziny nauki jednego języka obcego w 2 i 3 semestrze.

## 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 inżyniera, 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,

### Stypendia i zniżki

- Na studiach I stopnia i jednolitych magisterskich możesz skorzystać z Programu Very Important Student (VIS) i studiować



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](#)

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 hab. Jacek Kall

- Specjalizuje się w zarządzaniu marką, efektywności marketingu oraz komunikacji marketingowej.
- Obok ponad 30-letniej pracy akademickiej, od kilkunastu lat współpracuje na stałe jako konsultant z agencją Brand Design. Kierował też agencją badań rynkowych.
- Autor kilku książek, m.in. „Reklama” i „Silna marka” (PWE) oraz „Brand Metrics” (Routledge), poświęconych tematyce marketingu, budowania marek i oceny ich skuteczności.
- Posiada duże doświadczenie w tworzeniu strategii marketingowych i brandingowych, wspierając marki w budowaniu rozpoznawalności i osiągnięciu przewagi konkurencyjnej.

### mgr Agnieszka Goncerzewicz

- Specjalizuje się w kreowaniu i zarządzaniu marką, event marketingu, teoriach wpływu, psychologii perswazji oraz ekonomii i etyce behawioralnej.
- Aktywna marketerka z 15-letnim doświadczeniem; współpracowała z agencjami i klientami, zarządzała 14-osobowym zespołem contentowo-konferencyjnym.
- Zaprojektowała metodycznie studia licencjackie pierwszego stopnia na kierunku marketing i sprzedaż dla UWSB Merito w Poznaniu.
- Biegła w projektowaniu strategii marketingowych oraz komunikacji marketingowej.