

Social media i influencer marketing

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry **W PARTNERSTWIE OD PAŹDZIERNIKA**

Opis kierunku

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.

Kierunek, który Cię interesuje jest efektem współpracy **Uniwersytetów WSB Merito z całej Polski**.

Czy nasza rzeczywistość jest już przesycona mediami społecznościowymi? Oczywiście – do tego stopnia, że nie wyobrażamy sobie bez nich funkcjonowania. Dlatego właśnie ten rodzaj mediów wciąż będzie – tak jak był i jest – doskonałym narzędziem promocji. Social media nie są już tylko miejscem informowania o życiu prywatnym, to pełnoprawne narzędzia dla specjalistów marketingu, którzy chcą informować o korzyściach swoich produktów lub usług. Tworzenie treści, które przynoszą korzyści odbiorcy, dobór mediów w zależności od oferowanych usług czy produktów, storytelling, umiejętne włączanie emocji do przekazu, dobieranie influencerów i skuteczna z nimi współpraca – tego wszystkiego dowiesz się i będziesz mieć okazję przećwiczyć pod okiem uznanych specjalistów podczas studiów na kierunku Social Media i Influencer Marketing.

Celem studiów jest przygotowanie absolwenta, który skutecznie będzie pełnił swoją funkcję osoby zajmującej się w firmie zadaniami dotyczącymi social media i influencer marketingu. Absolwenci będą potrafili sprawnie korzystać w swojej praktyce zawodowej, czy to we własnym biznesie, czy też w dziale marketingu korporacji, z możliwości, jakie dają social media i influencer marketing.

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 poznawcą a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

W sprawach związanych z rekrutacją (np. ilości dostępnych miejsc czy terminy składania dokumentów) skontaktuj się z naszym biurem rekrutacji, do którego kontakt uzyskasz na dole strony.

Jeśli zainteresował Cię ten kierunek i chcesz dowiedzieć się więcej w kwestiach merytorycznych (np. planu zajęć czy programu studiów) skontaktuj się z nami bezpośrednio - dsp@poznan.merito.pl

Korzyści?

Absolwenci poznają sposób funkcjonowania mediów społecznościowych, dowiedzą się, jakie funkcjonują tu mechanizmy psychologiczne i socjologiczne, na co zwrócić uwagę, na co położyć nacisk, a jakich działań unikać.

Absolwenci zdobędą praktyczne umiejętności i poznają przydatne narzędzia z zakresu: tworzenia contentu, storytellingu, wykorzystania popularnych platform do celów biznesowych, dowiedzą się o tajnikach współpracy z influencerami. Nauczą się, jak unikać błędów podczas planowania kampanii w SM.

Wartością dodaną studiów jest możliwość uczenia się od praktyków – osób zajmujących się w swojej pracy zarówno tworzeniem strategii działania w mediach społecznościowych jak i szczegółowych treści dających szeroki oddźwięk i zapewniających zasięg.

Zajęcia będą prowadzić osoby, które na co dzień opracowują i wdrażają strategie marketingowe z wykorzystaniem mediów społecznościowych. Wykładowcy łączą codzienną aktywność biznesową z prowadzeniem wykładów i warsztatów, dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem ze studentami studiów podyplomowych. Przytaczane case study pochodzą z ich praktyki biznesowej. Zajęcia kładą szczególny nacisk na warsztatową formę.

Dla kogo?

Studia są przeznaczone dla osób zaangażowanych w działania marketingowe, które chcą aktywnie wykorzystywać takie narzędzia jak LinkedIn, Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, blogi, współpraca z influencerami.

Uczestnikami mogą być właściciele małych firm, którzy chcą sami realizować strategię marketingową z wykorzystaniem social mediów i influencer marketingu, osoby zatrudnione na stanowiskach specjalistów, koordynatorów, kierownicy, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę w tym zakresie.

Co zyskujesz?

Zdobywasz wiedzę z zakresu:

narzędzi social media,
podstaw tworzenia strategii social media,
trendów konsumenckich i ich odzwierciedlenia w mediach społecznościowych,
zachowań klienta,
tworzenia contentu marketingowego,
tworzenia person, podróży klienta i projektowania doświadczeń klienta.

Absolwent nabywa umiejętności:

potrafi przygotować podstawy strategii marketingowej w social mediach,
potrafi zaprojektować skuteczną kampanię z wykorzystaniem social mediów,
umie przygotować strategię zgodnie z trendami konsumenckimi,
opracowuje plan działań,
potrafi zbudować mapę empatii i personę klienta,
zna narzędzia i podstawowe platformy social media,
potrafi opracować i wdrożyć strategię komunikacji z odbiorcami z wykorzystaniem social media,
potrafi zaplanować dostarczanie wartości na ścieżce doświadczeń klienta,
potrafi przygotować strategię z wykorzystaniem influencer marketingu,
umie zaplanować kampanie z influencerami,
umie tworzyć treści dopasowane do potrzeb odbiorcy w prosty i skuteczny sposób.

Absolwent nabywa umiejętności społeczne:

potrafi obserwować trendy i prowadzić analizy strategiczne w obszarze social media i influencer marketingu,
potrafi pracować samodzielnie i w zespole nad budową strategii marketingowej w social media i influencer marketingu,
jest świadomy swoich mocnych stron i obszarów do rozwoju, jest otwarty na doskonalenie swoich kompetencji.

Jakie są szczególne warunki uczestnictwa?

Ukończone studia wyższe.

Bezpłatne szkolenia

Uczestnikom naszych studiów podyplomowych dajemy możliwość uzyskania dodatkowych umiejętności przez uczestnictwo w bezpłatnych szkoleniach z różnych obszarów, np. psychologii, biznesu, marketingu i nowych technologii.

Szkolenia realizowane są w II semestrze. Szczegółowe informacje przekazywane są przez koordynatora kierunku.

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku Social media i influencer marketing.



Liczba miesięcy nauki:
9



Liczba godzin: **164**



Liczba zjazdów: **10**



Liczba semestrów: **2**

Podstawy social media marketingu (36 godz.)

Social media i influencer marketing w strategii firmy (8 godz.)

Podstawy strategii social media (16 godz.)

Narzędzia social media (8 godz.)

Content marketing w social media (4 godz.)

KONSUMENT W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH – TRENDY, ZACHOWANIA, ANALIZY (32 godz.)

Trendy konsumenckie i ich implementacja w social media (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 poznana a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Analiza zachowań konsumenta w social media – narzędzia (8 godz.)

Persona i podróż klienta w social media (8 godz.)

Zarządzanie kryzysem w social mediach (8 godz.)

Kanały social media i ich wykorzystanie w działaniach marketingowych (48 godz.)

Facebook marketing (16 godz.)

Instagram marketing (8 godz.)

Linkedin marketing (8 godz.)

YouTube i wideo marketing (16 godz.)

Influencer marketing (32 godz.)

Blogosfera i influencer marketing (8 godz.)

Planowanie kampanii z influencerami (16 godz.)

Storytelling (8 godz.)

PRAWNE ASPEKTY MARKETINGU SOCIAL MEDIACH (8 godz.)

Prawne aspekty marketingu w social mediach

Seminarium dyplomowe (8 godz.)

Seminarium dyplomowe

Forma zaliczenia



Praca dyplomowa w
formie projektu



grupowa obrona
projektu

Wykładowcy

Sławomir Kośmicki

Praktyk biznesu, od 20 lat prowadzi firmę Nawigator Doradztwo Gospodarcze. Zajmuje się prowadzeniem szkoleń, coachingu i doradztwa.

Absolwent Politechniki Poznańskiej, MBA na AE i Georgia States University, ukończył Psychologię w Zarządzaniu na UAM Poznań.

Zajmuje się kompetencjami pracowników, ustalaniem strategii przedsiębiorstw, wartościowaniem wynagrodzeń.

Monika Czaplicka

Szefowa agencji social media Wobuzz. Popularność zapewniły jej „Kryzysy w social mediach wybuchają w weekendy” czy akcja „Nie czytasz? Nie idę z Tobą do łóżka”. W branży online od 2006 roku. Prowadzi bloga czaplicka☺.eu. Specjalizuje się w kryzysach, a także social sellingu i komunikacji. Często występuje jako prelegentka na wielu wydarzeniach i konferencjach branżowych. Mentorka startupów, jurorka konkursów. Autorka książek i szkoleń.

Paweł Tkaczyk

Paweł Tkaczyk – jak sam twierdzi – zarabia na życie opowiadaniem historii. Buduje silne marki – pracuje m.in. z Agorą, Grupą Allegro, wieloma mniejszymi firmami. Doradza startupom i innym przedsiębiorstwom – jako mentor np. podczas Startup Weekend czy Startup Fest. Dzieli się wiedzą – pisze blog o budowaniu marki, popęłił trzy książki: „Zakamarki marki”, „Grywalizacja” oraz „Narratologia”. Prowadzi szkolenia z marketingu, brandingu, social media... Kocha literki niemal w każdej – poza Comic Sans – formie.

Honorata Zakrzewska – Krzyś

Content ninja w Grant Thornton. Prasowy dziennikarz ekonomiczny z kilkunastoletnim doświadczeniem zawodowym.

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 poznana a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Wieloletni współpracownik Grupy Wydawniczej Infor oraz Wydawnictwa Wiedza i Praktyka. Pisała m.in. dla Dziennika Gazety Prawnej czy Wydawcy Harvard Business Review Polska. Stały współpracownik Ican Research, ghostwriter. Laureatka wyróżnienia prasowego „Pióro Odpowiedzialności” przyznawanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Współtwórca biznesowej społeczności networkingowej LinkedIn - H2H ☺ Poznań.

Filip Karpiński

W swojej pracy łączy produkcję filmową z rozwiązaniami IT szukając najbardziej efektywnych i zoptymalizowanych kierunków promocji. Od 14 lat doradza firmom jak przenieść swój biznes do świata internetu. Współpracuje z firmami z różnych branż od usługowej, po handlową i produkcyjną. Tworzony content reklamowy emitowany jest w wielu krajach promując produkty i usługi poprzez szereg platform. Przedsiębiorca. Założyciel agencji reklamowej Montownia.com zajmującej się video marketingiem. Pasjonat rowerów, motoryzacji, podróży. Absolwent Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

Współpracował z takimi markami jak REHAU, SWISS KRONO, Grupa Muszkieterów, AL-KO, JOSERA Petfood, TYGRYSKI/ŁAPSY, Galeria POSNANIA, BMW INCHCAPE, AGROBEX, IAM Warszawa, TEDx Poznań, Automobilklub Wielkopolski, ICHOT Brama Poznania.

Joanna Bogielczyk

Magister socjologii oraz antropologii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Pracę zawodową rozpoczęła w Colgate-Palmolive Poland Sp. z o.o., gdzie przez blisko 10 lat odpowiadała za kontakty ze środowiskiem medyczno-farmaceutycznym.

W 2008 roku postanowiła wykorzystać doświadczenie zdobyte w korporacji i założyła własną firmę „Ekspert”. Pomaga w kreowaniu silnych marki, w dotarciu do idealnych klientów i partnerów biznesowych. Realizowała projekty w obszarze strategii budowania marki osobistej i empolyer brandindu. Jest znakomitym praktykiem budowania wizerunku eksperta. Pomaga w tworzeniu silnych marek, w promocji i w zwiększaniu sprzedaży. Uczy jak skalować i automatyzować biznes za pomocą mediów społecznościowych. Współpracuje z setkami przedsiębiorstw, organami administracji samorządowych i organizacjami biznesowymi.

Jest ekspertem w dziedzinie mediów społecznościowych. Klienci cenią jej pragmatyzm, bo poleca tylko sprawdzone rozwiązania.

Swoją wiedzę i doświadczeniem dzieli się na blogu (<https://joannabogielczyk.pl/blog/>), na Facebooku (<https://www.facebook.com/joannabogielczykcom/>) oraz na Instagramie (<https://www.instagram.com/joannabogielczyk/>).

Partnerzy kierunku



GDAQ.PL



sotrender

sprawny.marketing

Wobuzz



Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najwięcej!

Zapisując się do 27 maja, zyskujesz 1200 zł, dzięki:

800 zł zniżki w czesnym rozliczanej przez cały okres studiów,
proporcjonalnie do wybranego systemu ratalnego,

400 zł dzięki zwolnieniu z opłaty wpisowej.

do 27 maja

czesne już od

185 zł ~~230 zł~~

miesięcznie

Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

Na 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 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	5750 zł 6550 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2975 zł 3375 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	615 zł 695 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 poznaną a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	523 zł 590 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 poznana 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	5550 zł 6550 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2875 zł 3375 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	595 zł 695 zł

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	506 zł 590 zł