

Social media i influencer marketing

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry **W PARTNERSTWIE OD PAŹDZIERNIKA**

Opis kierunku

Studia w formule online (synchronicznie), bez względu na sytuację pandemiczną.

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**. Dzięki temu na zajęciach online spotkasz się z uczestnikami i wykładowcami z innych miast.

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!

Napisz: dsp@szczecin.merito.pl, lub zadzwoń: 91 452 69 70, 91 452 69 71

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

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 szczecin a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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.

Jeśli zainteresował Cię ten kierunek i chcesz dowiedzieć się więcej w kwestiach rekrutacji (np. ilość dostępnych miejsc czy terminy składania dokumentów) skontaktuj się z naszym Biurem Rekrutacji:

e-mail: rekrutacja@szczecin.merito.pl

tel. 91 422 58 58.

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, 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, koordynatorzy, 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.

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.

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.)

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.

dr Monika Górska

Założycielka Mistrzowskiej Szkoły Storytellingu Biznesowego oraz Akademii Video Storytellingu online. Twórcza popularnych kursów online, trenerka, wykładowca akademicki, autorka, m.in. podręcznika Visual Storytelling. Jak opowiadać językiem video, (PWN), nagrodzonego w konkursie Książka dla Trenera 2019. Oprócz doświadczenia biznesowego jest prawdopodobnie jedynym w Polsce specjalistą od storytellingu, mającym tak głębokie doświadczenie praktyczne. Jest także dziennikarzem, reżyserem i scenarzystą ponad 150 filmów, emitowanych i nagradzanych na festiwalach na całym świecie. Jest też trzykrotną prelegentką TEDx, a także konsultantem biznesowym, który pomaga małym i wielkim firmom wybrać, stworzyć i opowiedzieć fascynujące historie, tak by wzmocnić swój Employer Branding. Wśród jej klientów są zarządzający i pracownicy takich firm jak: Amica, ENEA, MPK, IMS Group, Raben Transport, Skanska, VOX, BALMA, ABC Czepczyński, Lasy Państwowe, TEB Akademia, WSB, SWPS, CDV, Politechnika Poznańska, Uniwersytet Jagielloński, Proart TV, TVP, WTK, Gazeta Wyborcza, Couples Institute, Drive Safe, San Francisco Real Estate Solutions, a ostatnio GOOGLE News Initiative.

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 szczytem a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Hanna Łowicka

Doradca biznesowy dla startupów oraz firm w trakcie procesu zmiany, wdrażania innowacji oraz wdrażania strategii, w tym strategii marketingowych, twórca i współtwórca wielu badań ewaluacyjnych i diagnoz na temat możliwości wprowadzania zmian, nowych pomysłów czy projektów, otrzymana nagroda „Nieustraszony wizjoner” od Instytutu Colina Rosa za wdrożenie innowacyjnych rozwiązań biznesowych. Absolwentka Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy i Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego - studia podyplomowe oraz Wyższej Szkoły Gospodarki - studia podyplomowe Neuroekonomia, absolwentka studiów doktoranckich na Akademii Humanistycznej w Puławach (politolog), były wykładowca na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego w Bydgoszczy, specjalność zarządzanie; współautorka 2 kierunków studiów podyplomowych w tym dla firm IT, obecnie współautorka nowego kierunku studiów podyplomowych dla przemysłów kreatywnych na Wyższej Szkole Gospodarki. Certyfikowany coach ICC (od 2008 r.), career coach IP 121, od 2010 r. Partner ADVISIO, trener od 2004 r., doradca biznesowy, mentor.

Monika Czaplicka

Działa w branży marketingu internetowego od 2006 roku. Właścicielka agencji social media Wobuzz. Popularność przyniosła jej „Nie czytasz? Nie idę z Tobą do łóżka” i „Kryzysy w social media wybuchają w weekendy”. Autorka „Uwiedź klienta – marketing w social mediach” (PWN), „Zarządzanie kryzysem w social mediach” (Helion), współautorka „Biblii E-biznesu” – części drugiej i trzeciej. Prowadzi bloga czaplicka.eu. Spotkasz ją na konferencjach, gdzie występuje i dzieli się wiedzą. Mentoruje startupy. Stworzyła popularny kurs o optymalizacji reklam.

Paweł Tkaczyk

Pomaga swoim Klientom w opowiedzeniu ich historii. Jego firma – MIDEA – zajmuje się budowaniem silnych marek. Pracował m.in. z Agorą, Grupą Allegro, Dinars Club International... Głęboko wierzy, że dobra marka to świetnie opowiedziana historia. Dlatego najczęściej pisze dla klientów strategię komunikacji marki czy strategię promocji. Jest mówcą publicznym, którego firmy i organizatorzy wynajmują, by zainspirować tłum. Mówi im o budowaniu silnej marki, nowoczesnym marketingu, psychologii konsumenta, mediach społecznościowych czy grywalizacji. Infoshare w Gdańsku, Babel Camp w Pradze czy I Love Marketing w Warszawie to wydarzenia, na których można go było zobaczyć. Prowadzi wykłady i szkolenia w ramach współpracy z firmami w całej Polsce. Wśród klientów są m.in. Akademia im. Leona Koźmińskiego w Warszawie, Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, Uniwersytet WSB Merito. Firmy, które szkolił to m.in. Credit Agricole, Citibank, Sanofi Aventis czy Hama.

Justyna Mudło

Z marketingiem związana zawodowo od 9 lat. Aktualnie jako Social Media Manager realizuje się w MaxROY.agency, a do tego jest trenerką Instagrama we współpracy ze sprawny.marketing. Prowadzi szkolenia otwarte i dedykowane,

jest autorką artykułów branżowych oraz stałego bloku Nowości na Instagramie w magazynie [sprawny.marketing](#). Jest częścią zespołu social media relacjonującego I <3 Marketing, największą konferencję marketingową w Polsce. W ramach działań agencyjnych prowadzi komunikację marek polskich i zagranicznych z wielu branż, tworzy kreatywne strategie działań i audytuje profile społecznościowe.

Honorata Zakrzewska – Krzyś

Content ninja w Grant Thornton. Prasowy dziennikarz ekonomiczny z kilkunastoletnim doświadczeniem zawodowym. 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 10 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. Absolwent poznańskiego UAM, pasjonat rowerów, motoryzacji, podróży. Absolwent Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

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

Joanna Bogielczyk

Trener biznesu, coach, właścicielka firmy „EKSPERT” Bogielczyk. Jest praktykiem z ponad 10-letnim doświadczeniem w budowaniu wizerunku eksperta. Pomaga w tworzeniu silnych marek, w promocji i w zwiększaniu sprzedaży. Uczy, jak skalować i automatyzować biznes za pomocą mediów społecznościowych. Partner biznesowy setek przedsiębiorstw, administracji samorządowych i organizacji biznesowych. Klienci cenią jej pragmatyzm, bo poleca tylko sprawdzone rozwiązania. Posiada akredytację SET Accreditation. Współautorka artykułów z zakresu wizerunku eksperta online i wykorzystania mediów społecznościowych w sprzedaży i budowaniu silnej marki. Prelegent licznych konferencji biznesowych w tematach sprzedaży dzięki nowym technologiom. Absolwentka Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.

Daria Wiśniewska

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 szczytem a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Strategy Director w agencji komunikacji zintegrowanej dotrelations, gdzie kieruje zespołem tworzącym strategie marketingowe łączące działania PR, social media i szeroko pojęty digital marketing. W zakresie jej obowiązków leży m.in. zarządzanie zespołem strategicznym, tworzenie i projektowanie strategii komunikacji, poczynając od researchu i badań potrzeb grup docelowych, poprzez prowadzenie procesów kreatywnych, planowanie przekazów, kanałów dotarcia i zasobów. Spod jej ręki wychodziły plany realizowane przez agencję, dla klientów takich jak: Amica, John Deere, Intermarche, tesa, Cartoon Network Polska, Boomerang TV, ICT Poland, Nestle, OLX PRACA, Otodom, Polwell, PKO Bank Polski, Delikatesy Centrum, Good Food, SerwerSMS.pl, Pearson Polska itp. Od 2019 prowadzi ze studentami wykłady, konwersatoria i laboratoria ze strategii komunikacji, marketing automation i wykorzystania badań etnograficznych w marketingu.

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 w 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	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

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 szczytem a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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 szczyt 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

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 szczyt a studentem zawierana jest w formie pisemnej.