

Nowoczesny marketing

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Marketing i sprzedaż

Cechy: Od października • Polski

Miasto: Toruń

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.



Dostęp online

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

92%

Uczestników poleca studia podyplomowe

* Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2024, próba: 2050 osób”.

Microsoft 365

Nasi uczestnicy otrzymują darmową licencję A1, która obejmuje popularne aplikacje, takie jak Outlook, Teams, Word, PowerPoint, Excel, OneNote, SharePoint, Sway i Forms.

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:

- na zajęciach dominują warsztaty, ćwiczenia i case studies,
- prace projektowe przygotowywane są zespołowo.

Program studiów

9

Liczba miesięcy nauki

170

Liczba godzin zajęć

10

Liczba zjazdów

2

Liczba semestrów

Wprowadzenie do marketingu (16 godz.)

- podstawy marketingu i jego ewolucja (4 godz.)
- narzędzia i instrumenty promocji (4 godz.)
- innowacje marketingowe – analiza trendów i narzędzi cyfrowych (8 godz.)

Zarządzanie marką (16 godz.)

- zarządzanie marką i jej atrybutami (8 godz.)
- reputacja i jej wpływ na budowanie marki osobistej (8 godz.)

Skuteczne kampanie reklamowe (40 godz.)

- psychologiczne mechanizmy reklamy (8 godz.)
- planowanie kampanii reklamowej i pomiar efektywności (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.)

Zarządzanie doświadczeniami klienta (8 godz.)

- customer experience (CX) (8 godz.)

Social media i video marketing (16 godz.)

- charakterystyka i najważniejsze funkcje kanałów: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok (8 godz.)
- video marketing (8 godz.)

Działania kreatywne (16 godz.)

- business model canvas i design thinking (8 godz.)
- copywriting – kreatywna praca z tekstem (8 godz.)

Digital marketing (16 godz.)

- wprowadzenie do Google Ads (8 godz.)
- e-mail marketing i automatyzacja (8 godz.)

Analityka webowa (16 godz.)

- podstawy Google Analytics 4 (8 godz.)
- monitoring internetu – Brand24 (8 godz.)

Public relations (8 godz.)

- narzędzia współpracy z mediami (8 godz.)

Prawne aspekty działań marketingowych (8 godz.)

- zawieranie umów na usługi marketingowe (4 godz.)
- RODO w komunikacji marketingowej (4 godz.)

Praca indywidualna (10 godz.)

- projekt



Forma zaliczenia

- test zamknięty, jednokrotnego wyboru



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?

- Dowiesz się, czym jest **marketing**, jakie instrumenty komunikacji są współcześnie wykorzystywane przez marki, czym różni się promocja od reklamy i jakie obecnie panują trendy w sprzedaży.
- Nauczysz się, jak tworzyć **skuteczne kampanie reklamowe**, czym kierować się w wyborze agencji marketingowej do współpracy, a także jak mierzyć efektywność działań i jak monitorować obecność w mediach.
- Poznasz możliwości **Google Ads, e-mail marketingu i narzędzi do automatyzacji.**
- Dowiesz się, jak budować **dobre relacje z mediami**, jak nawiązać kontakt z dziennikarzem, czym jest sytuacja kryzysowa i jak sobie z nią poradzić oraz jak wykorzystać sponsoring w **działaniach PR.**
- Dowiesz się, jakich działań i klauzul wystrzegać się w umowach marketingowych oraz jakie ograniczenia wymusza **RODO** w kontekście działań marketingowych.
- Poznasz sposoby **efektywnej pracy.**



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.



dr Aldona Lipka

- Specjalistka ds. marketingu i zarządzania marką, biegła sędowa 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

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.

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.

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 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 Liderów 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.
- Biegłe analizuje dane ilościowe, sprawnie obsługuje pakiety do analizy statystycznej oraz posiada doświadczenie w projektowaniu i prowadzeniu badań marketingowych i społecznych.