

Nowoczesny marketing

- Kierunek - studia podyplomowe

Hybrydowe 2 semestry **OD PAŹDZIERNIKA**

Opis kierunku

Studia w formule hybrydowej.

Nową wiedzę i umiejętności zdobywasz, dzięki zajęciom realizowanym w formie hybrydowej. Część zajęć będzie odbywać się w formie tradycyjnej w salach wykładowych, a część w formie online na platformie MS Teams. W zajęciach uczestniczysz zgodnie z ustalonym harmonogramem zjazdów.

W dzisiejszym szybko zmieniającym się świecie, świadomość konieczności efektywnego promowania marek i skutecznego docierania do klientów za pomocą różnorodnych kanałów komunikacji jest ważniejsza niż kiedykolwiek. Firmy nieustannie poszukują nowych sposobów na wyróżnienie się na rynku, który obecnie charakteryzuje się nie tyle wyścigiem na nowe rozwiązania, co ciągłym dążeniem do innowacji, personalizacji doświadczeń klientów, wykorzystaniem danych do tworzenia bardziej celowanych i efektywnych kampanii marketingowych oraz integracją technologii takich jak sztuczna inteligencja i automatyzacja w strategiach komunikacji.

Kreatywność, zdolność adaptacji do szybko zmieniających się trendów i proaktywne podejście do wyzwań rynkowych to kluczowe cechy, których poszukuje się u nowoczesnych marketerów. Wzrasta nie tylko zapotrzebowanie na profesjonalistów z branży marketingowej, ale także na specjalistów zdolnych do pracy w interdyscyplinarnych zespołach, łączących wiedzę z zakresu danych, technologii i psychologii konsumenta, aby tworzyć strategie, które naprawdę angażują i przyciągają uwagę klientów.

Wybierając studia na kierunku „Nowoczesny Marketing” na Uniwersytecie WSB Merito, masz możliwość pogłębienia swojej wiedzy i umiejętności niezbędnych do efektywnego działania w dynamicznym środowisku marketingowym. Program studiów jest zaprojektowany tak, aby wyposażyć Cię w kompleksowe umiejętności, które są kluczowe w erze cyfrowej – od zaawansowanej analizy danych, przez strategie oparte na AI i automatyzacji, po kreatywne

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 torun a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

rozwiązywanie problemów i efektywne wykorzystanie mediów społecznościowych.

Dzięki zajęciom ze specjalistami z branży, masz szansę nauczyć się, jak adaptować teorie marketingowe do praktycznych zastosowań, co pozwoli Ci na skuteczne zarządzanie kampaniami marketingowymi i projektowanie doświadczeń, które prawdziwie rezonują z odbiorcami. Wszystko to w ramach programu, który stale ewoluuje, aby odzwierciedlać najnowsze zmiany w branży, przygotowując Cię do bycia na czele marketingowej innowacji.

Jeśli jesteś zainteresowany studiami podyplomowymi i chcesz dowiedzieć się więcej zostaw do siebie kontakt! Wypełnij formularz, a my skontaktujemy się z Tobą.

ZOSTAW KONTAKT

Cel studiów

Absolwenci kierunku „Nowoczesny marketing” zostają zapoznani z najnowszymi trendami w promocji marek. Zdobywają doświadczenie dzięki analizie realnych przykładów ze świata biznesu, współpracy z aktywnymi reprezentantami branży marketingowej i uczą się, jak już samodzielnie podążać za trendami, a nawet je wyznaczać.

Korzyści

Program doskonale ułożony i odpowiadający panującym trendom marketingowym.

Wykładowcy praktycy, którzy od lat pracują w branży, podzielą się z Tobą swoimi doświadczeniami i sprawdzonymi sposobami na skuteczne działania marketingowe.

Możesz mieć pewność, że poznasz osoby podobne do siebie, zaangażowane i chętne do współpracy.

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.

Dowiesz się, jak skutecznie zbudować zaufanie do marki, zadbać o jej wizerunek i jak skutecznie utrzymać przewagę konkurencyjną.

Dowiesz się, jak prowadzić kampanie marketingowe w Internecie, co zrobić, żeby zwiększyć widoczność marki w wyszukiwarce oraz jak wykorzystać social media do promocji.

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.

Dla kogo?

Dla osób pracujących w działach marketingu oraz osób chcących rozpocząć swoją karierę w branży.

Dla specjalistów ds. marketingu, osób związanych z reklamą i PR.

Dla właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw.

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku **Nowoczesny marketing**.



Liczba miesięcy nauki:
9



Liczba godzin: **170**



Liczba zjazdów: **10**



Liczba semestrów: **2**

Wprowadzenie do marketingu (16 godz.)

Podstawy marketingu i jego ewolucja 4h

Narzędzia i instrumenty promocji 4h

Innowacje marketingowe - analiza trendów i narzędzi cyfrowych 8h

Zarządzanie marką (16 godz.)

Zarządzanie marką i jej atrybutami 8h

Reputacja i jej wpływ na budowanie marki osobistej 8h

Skuteczne kampanie reklamowe: (40 godz.)

Psychologiczne mechanizmy reklamy 8h

Planowanie kampanii reklamowej i pomiar efektywności 8h

Współpraca z agencjami marketingowymi, reklamowymi i badawczymi 8h

Badania marketingowe - metody i techniki 8h

Prognozowanie zjawisk rynkowych oraz wyznaczanie celów marketingowych i sprzedażowych 8h

Zarządzanie doświadczeniami klienta (8 godz.)

Customer Experience (CX) 8h

Social media i video marketing (16 godz.)

Charakterystyka i najważniejsze funkcje kanałów: Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, TikTok 8h

Video marketing 8h

Działania kreatywne (16 godz.)

Business Model Canvas i Design Thinking 8h

Copywriting – kreatywna praca z tekstem 8h

Digital marketing (16 godz.)

Wprowadzenie do Google Ads 8h

E-mail marketing i automatyzacja 8h

Analityka webowa (16 godz.)

Podstawy Google Analytics 4 8h

Monitoring internetu Brand24 8h

Public relations (8 godz.)

Narzędzia współpracy z mediami 8h

Prawne aspekty działań marketingowych (8 godz.)

Zawieranie umów na usługi marketingowe 4h

RODO w komunikacji marketingowej 4h

Praca indywidualna (10 godz.)

Projekt

Forma zaliczenia



Test zamknięty,
jednokrotnego wyboru

Wykładowcy

Paula Rabel

Opiekunka dwóch kierunków studiów podyplomowych: Nowoczesny Marketing i Executive Marketing. Od ponad 10 lat zajmuje się PR'em i marketingiem. Na codzień Kierownik ds. Komunikacji i PR w największej w Polsce multiagencji ubezpieczeniowej - CUK Ubezpieczenia. Jest współpomysłodawcą i członkiem zarządu Stowarzyszenia Przyjaciele Marketingu. Bywa również konferansjerem na eventach firmowych. Uwielbia wyzwania i czerpie inspiracje z nowych doświadczeń - sama inspiruje. Laureatka konkursu Harper's Bazaar Polska - Evoque - I'm on the move! Projektu zrzeszającego kobiety, które aktywizują swoje otoczenie i inicjują pozytywne zmiany wokół siebie. Prywatnie matka trójki dzieci i właścicielka charta angielskiego.

W 2001 ukończyła amerykańskie liceum ogólnokształcące Ingraham High School w Seattle. W 2006 obroniła tytuł magistra na Wydziale Prawa i Administracji na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. W 2016 ukończyła studia podyplomowe Executive Marketing na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu.

Joanna Cieślak-Ospalska

Trenerka, social media manager oraz autorka podcastu Marka Eksperta Online. Od ponad 20 lat pokazuje, jak budować markę, wzmacniać wizerunek i stosować komunikację, która spójna jest z wartościami. Od 1996 r. związana z wystąpieniami publicznymi – pracowała w wielu rozgłośniach radiowych, w tym m.in. w Eurozet. Prowadzi szkolenia dotyczące marketingu online, mediów społecznościowych oraz wystąpień publicznych. Współpracuje z firmami, fundacjami, stowarzyszeniami, osobami indywidualnymi i uczelniami. Jest wykładowczynią na studiach podyplomowych związanych z marketingiem. Autorka i prowadząca podcast Marka Eksperta Online, który dotyczy budowania marki osobistej, działań w Internecie oraz dobrej organizacji pracy. Absolwentka studiów magisterskich na kierunku filozofia (UMK) oraz studiów podyplomowych: Executive Marketing, a także Psychologia w biznesie.

Piotr Wódkowski

Radca prawny. Jest absolwentem studiów prawniczych na UMK. Ukończył także studia podyplomowe na kierunku Nowoczesny Marketing w WSB w Toruniu oraz studia z zakresu prawa upadłościowego na UAM. Na co dzień,

zawodowo zaangażowany w zapewnienie bezpieczeństwa prawnego działań marketingowych i reklamowych. Jest specjalistą w zakresie prawa gospodarczego, autorskiego oraz ochrony danych osobowych. Posiada bogate doświadczenie trenerskie. Jest autorem biznesowego wideobloga prawniczego – www.trenerprawa.pl

Ewa Wilmanowicz

Mówca, wykładowca akademicki, doradca zarządów. Instruktor w obszarze komunikacji z elementami przywództwa w Centrum Szkolenia Wojsk Obrony Terytorialnej. Członek Stowarzyszenia Profesjonalnych Mówców. Absolwentka Université d'Angers i Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. Specjalizuje się w narzędziach i strategiach zarządzania reputacją osobistą i organizacji. Wypowiada się jako ekspert w zakresie renomy i wiarygodności marki w magazynach branżowych i programach telewizyjnych. Autorka książki „Osobista reputacja. Jak budować markę w dobrym stylu.” i „Wpływowy menedżer. Strategie budowania przywództwa i reputacji.”

Social Media:

Instagram: @WilmanowiczEwa

Twitter: @WilmanowiczEwa

Facebook: @WilmanowiczEwa

Mikołaj Winkiel

Chief Evangelist w Brand24. Profesjonalnie i hobbystycznie zajmuje się marketingiem, Internetem i mediami społecznościowymi, starając połączyć te tematy w jedność. Kilka lat w różnej wielkości agencjach marketingowych nauczyło go holistycznego podejścia do marketingu. Od 2011 roku w Brand24 zajmuje się obsługą kluczowych klientów, marketingiem i „ewangelizacją” branży reklamowej.

Agnieszka Pająk

Doświadczony PR i Social Media Manager. Od ponad 15 lat zajmuje się zawodowo kontaktami z mediami oraz digital marketingiem. Pracowała dla GlobalLogic (Hitachi Group), Mall Group należącej do grona największych galerii handlowych online w rejonie CEE, T-mobile Nowe Horyzonty – międzynarodowego festiwalu filmowego oraz w Grupie Allegro dla jednego z największych serwisów e-commerce w Polsce – Ceneo.pl. Prowadziła również własną agencję, realizując działania PR dla Przelewy24, Fundacji Medicover czy Kolejkowa.

Wcześniej – przez lata – zdobywała szerokie doświadczenie z zakresu digital PR-u (w tym social media), pracując dla takich marek, jak Volkswagen Polska, Poczta Polska, Uroda Polska, Euro-tax, ERIF, ZIBI, czy Volkswagen Bank direct. W swoim portfolio ma także pracę dla Kreacja Pro Andrzeja Pągowskiego, Beaty Śniechowskiej – zwyciężczyni MasterChefa, Szymona Brodziaka, Katarzyny Bosackiej, Wings Properties, mPay czy Legimi. Mieszkając w Wielkiej Brytanii, tworzyła dział administracji Prime Time Recruitment oraz Nottingham Trent University. Jest współautorką raportu „Bezpieczeństwo i zaufanie – filary polskiego e-commerce” oraz ekspertem PR Trend Booka. Członkini

Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Absolwentka Nauk Społecznych (spec. Komunikowanie międzynarodowe), Anglistyki oraz Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej (spec. Kontakty z mediami) na Uniwersytecie Wrocławskim. Studiowała na Uniwersytecie Nova w Lizbonie i Uniwersytecie Georgia Southern w USA. Jest wykładowcą akademickim w Wyższej Szkole Bankowej (MBA Business Trends) oraz SWPS (social media). W wolnych chwilach zgłębia tajniki rzemiosła i "wyprowadza się" w góry.

Anna Stachniuk

Strateg biznesowy, ekspertka employer brandingu, prezesa czystasprawa24.pl, wykładowczyni WSB.

Na co dzień pomaga firmom w budowaniu ich marki pracodawcy oraz strategii biznesowej. Jej praca, poparta latami praktyki dotyczącej zagadnień HR-owych oraz marketingowych, to konsultacje i szkolenia, które mają na celu pobudzenie design thinking, pracy zespołowej, a te w efekcie owocują nowymi pomysłami i ciekawymi kreacjami w różnych kanałach komunikacji. Doradza i szkoli zarówno duże firmy, jak i jednoosobowe działalności. Praktyk biznesu prowadząca firmę usługową, platformę sprzedaży online sprzętu specjalistycznego oraz właścicielka agencji consultingowej. Na zajęciach powtarza: Dobry pomysł to nie wszystko, a marketing to morze możliwości, ...w którym można utonąć. Lepiej więc, wypływając w morze, umieć pływać.

Hanka Dziubińska - Kopka

Ukończyła magisterskie studia kulturoznawcze na Uniwersytecie Warszawskim, oraz obroniła pracę magisterską na kierunku Journalism and Social Communication na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zdobyła także certyfikat DIMAQ Professional. Oficjalnie copywritingiem zajmuje się od 2013 roku, choć całe jej życie zawodowe w dużej mierze kręciło się wokół pisania, bez względu na to czy stanowisko nazywało się akurat instruktorka do spraw kultury, redaktorka, specjalistka ds. PR czy komunikacji. W swojej karierze pracowała zarówno z globalnymi korporacjami, niewielkimi przedsiębiorstwami, jak i organizacjami pozarządowymi. Doświadczenie zdobywała w agencji reklamowej, po stronie klienta, a także prowadząc własną działalność copy/taste.

Lubi bawić się słowem. Docenia dobrze napisane wiersze międzywojnia, jak i właśnie wydane rapsy. Wierzy, że "granice naszego języka są granicami naszego świata" i konsekwentnie stara się je poszerzać na rzecz niwelowania nierówności społecznych. A po godzinach trenuje boks.

Marcin Kuna

Absolwent studiów wyższych zaawansowanego marketingu w Wielkiej Brytanii, specjalista ds. marketingu internetowego, obecnie w końcowej fazie studiów doktorskich w zakresie marketingu i ekonomii ze specjalizacją w marketingu w mediach społecznościowych. Konsultant i analityk z zamiłowaniem do tematyki cyfryzacji i automatyzacji firmy. Ma na swoim koncie ponad dziesięcioletnie doświadczenie w zakresie marketingu cyfrowego po stronie agencji interaktywnych oraz liczne osiągnięcia w rozwoju wielorakich biznesów online a także publikacje

naukowe. Współpracował z takimi markami jak Discovery Channel, Real czy Laura Ashley.

Współzałożyciel cyfrowej agencji marketingowej w Wielkiej Brytanii obsługującej klientów w Europie i Azji na rynkach: retail, e-commerce, medycyny estetycznej, telekomunikacji i innych.

Zagorzały motocyklista z zamiłowaniem do sportu i sprzętu komputerowego. Aspirujący instruktor jazdy na motocyklu.

Tematyka pracy doktorskiej – zaufanie do marki w reklamie w mediach społecznościowych.

Natalia Kwiecińska

Account Manager w prężnie działającej agencji marketingowej. Doświadczenie zdobywała pracując zarówno w Działach Marketingu po stronie klienta, jak i w ramach współpracy z agencjami reklamowymi. Na co dzień dba o zwiększanie poziomu sprzedaży produktów i usług swoich agencyjnych klientów - koordynuje zlecenia promocyjne blisko 50 brandów. Współtworzyła kampanie dla takich marek jak BaByliss Paris, Polpharma, Jim Beam, Maker's Mark, Larios, Auchentoshan, Skyn. Absolwentka Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu na kierunku socjologia. Obserwatorka i analizatorka środowiska marketingowego, i życia w ogóle. W wolnych chwilach podróżuje albo nadrabia filmowe zaległości.

Maciej Biesiadziński

Kierownik trade marketingu w CUK Ubezpieczenia, ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej, stawiającej na nowoczesne rozwiązania technologiczne i kompleksową ochronę Polaków. Tworzy procesy marketingowe rozwijające sieć sprzedaży stacjonarnej. W swojej codziennej pracy wspiera rozwój największej sieci franczyz multiagencyjnych. Do tej pory nadzorował powstawanie ponad 300 placówek ubezpieczeniowych w całej Polsce. Poza etatem rozwija własne pomysły jako prezes Stowarzyszenia Przyjaciele Marketingu oraz tworzy platformę onlajnową dla miłośników sportu. W życiu kieruje się podejściem out of the box.

Iwona Szwajkajzer

Doświadczona manager marketingu, uwielbiająca nietypowe wyzwania i nieznająca słowa „niemożliwe!”. Twórczyni butikowej agencji marketingowej KHS, specjalizującej się w długofalowej współpracy z topowymi markami oczekującymi najwyższego profesjonalizmu i błyskawicznej obsługi.

Spośród nad wyraz wyróżniających się projektów współtwórczyni pierwszego w Europie małego konceptu retailowego „Volkswagen Home” oraz lider rozwoju marketingu rolniczego w Polsce.

Wyznając zasadę, iż Klient jest zawsze na pierwszym miejscu, w nocy o północy potrafi wyczarować jednorożca.

Niezwykłe skuteczna i sfokusowana na zadaniu.

W swojej ścieżce zawodowej od początku dbająca o równowagę zawodową, między innymi działając charytatywnie na rzecz dzieci potrzebujących uśmiechu i odskoczni od codzienności.

Monika Leksowska

Dyrektorka marketingu z ponad 16-letnim doświadczeniem zdobytym w międzynarodowych organizacjach.

Obecnie zarządza działem marketingu w Polsce i Krajach Bałtyckich w koncernie Kramp.

Przeprowadziła rewolucję w marketingu branży rolniczej pokazując, że dzięki nowoczesnemu przywództwu, szerokiej wiedzy oraz niestandardowemu podejściu, można realizować nowoczesny marketing z sukcesem nawet przy niskich budżetach.

Laureatka wielu branżowych nagród, w tym 3-krotna zdobywczyni tytułu Dyrektor Marketingu roku.

Jej motto: „Żeby zapalać innych samemu trzeba płonąć”.

dr Aldona Lipka

Prodziekan Uniwersytetu WSB Merito Bydgoszcz

Specjalizuje się w marketingu i zarządzaniu marką, biegła sądowa z zakresu nauk o zarządzaniu, adiunkt, przedsiębiorczyni. Cechuje ją analityczny umysł, szybkie i bardzo dobre opanowanie podejmowanych zadań oraz dobre relacje interpersonalne.

"Marketing holistyczny i budowanie marki oraz badania rynkowe - to jest to! Dodatkowo ESG i audyty zrównoważonego rozwoju".

dr Alina Matlakiewicz

Wykładowca kierunku psychologia w biznesie w Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu i na Uniwersytecie WSB Merito Bydgoszcz. Psycholog ekonomiczny, ekspert brytyjskiej edukacji dorosłych oraz trener biznesu. Udziałowiec spółki zajmującej się importem i eksportem. Doświadczenie zdobywała, studiując i prowadząc badania w Wielkiej Brytanii, na University of London, University of Leeds, Warwick University w Coventry i University of Surrey w Guildford. Uczestniczyła - jako wystawca i doradca produktowy - w największych międzynarodowych targach handlowych – GuangZhou (Chiny), Bolonia (Włochy), Birmingham (Wielka Brytania). Posiada certyfikat Racjonalnej Terapii Zachowania, społecznej odpowiedzialności biznesu CSR, pełnomocnika i auditora wewnętrznego ISO 9001:2008, a także Administratora Bezpieczeństwa Informacji.

Karolina Martyniuk

Regional Marketing Leader w IKEA, absolwentka prestiżowego programu CIM advanced diploma w Chartered Institute of Marketing, certyfikowana project managerka.

W swoim podejściu łączy szeroką wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania strategicznego, marketingu, zarządzania projektami, metodologii design thinking i wielu innych, z praktycznym podejściem pozwalającym na skuteczną realizację nawet bardzo dużych i kompleksowych zadań.

Zdobywała doświadczenie prowadząc niestandardowe, złożone projekty i kampanie marketingowe, tak digitalowe jak

i offline, w sieciowych agencjach reklamowych i globalnych markach. W swoim portfolio ma takie brandy jak Coca-Cola, Milka, Carlsberg, Samsung, Huawei.

Partnerzy kierunku



POSITIVE MIND.PL



Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

Na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu 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 zaowocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu 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	4800 zł 5600 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2400 zł 2800 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	480 zł 560 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 torun a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	400 zł 467 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 torun 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	4600 zł 5600 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2300 zł 2800 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	460 zł 560 zł

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	383 zł 467 zł