

# Marketing i sprzedaż

STUDIA I STOPNIA - KIERUNEK

**Forma:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe • Tradycyjne

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

**Miasto:** Wrocław



## Czego się nauczysz?

- Nauczysz się, **jak działa uwaga - najcenniejsza waluta XXI wieku**, i jak tworzyć komunikaty wygrywające walkę o uwagę w świecie TikToka, Instagrama i AI.
- Przystaniesz być odbiorcą - **staniesz się projektantem wpływu**. Zamiast konsumować treści, nauczysz się je tworzyć, testować i optymalizować.
- Będziesz **pracować na realnych narzędziach**: AI, analityce, reklamach, content tools, e-commerce i automatyzacjach.
- Nauczysz się **opowiadać historie, które sprzedają produkty i idee**. Storytelling marek, influencerów i kampanii stanie się Twoim narzędziem budowania emocji i zaufania.
- Marketing łączy kreatywność i technologię. Jeśli **lubisz tworzyć i interesują Cię algorytmy**, dane, AI i UX - tu połączysz oba światy.
- Zdobędziesz **cenione kompetencje**: narrację, technologię, analizę danych i kreatywne myślenie.

## Praca dla Ciebie

- **Twórca strategii cyfrowych** zamiast „specjalisty od reklam”. Firmy szukają ludzi rozumiejących cały ekosystem: content, social media, e-commerce, dane i AI - to zawód przyszłości.
- Marketing cyfrowy i e-commerce dają możliwość **pracy zdalnej, hybrydowej lub projektowej** - dla firm z Polski i zagranicy.
- Możesz pracować **w dużych markach, startupach albo budować własne projekty online**: sklepy, marki osobiste, kanały contentowe.

### Zarobki w branży — pobierz raport płac i poznaj swoje przyszłe możliwości.

- Kariera **rozwija się razem z technologią**. Nowe narzędzia nie zabierają pracy, lecz ją zmieniają. AI wzmacnia marketerów, którzy potrafią z niej korzystać.
- To zawód, w którym **Twoje pomysły mają realne znaczenie**: wpływają na decyzje ludzi, wizerunek marek i trendy kulturowe.
- **Efekty Twojej pracy są widoczne i mierzalne** - kampanie, treści i projekty dają konkretne rezultaty.

## Różnorodne narzędzia i programy

W trakcie studiów nauczysz się, jak **efektywnie korzystać z narzędzi marketingowych** wykorzystywanych na co dzień w firmach i agencjach. Poznasz m.in.:

- **Brand24** - do monitoringu internetu i analizy opinii o marce,



- **Shoper** – do prowadzenia i zarządzania sklepem internetowym,
- **Senuto** – do planowania i optymalizacji działań SEO,
- **Prowly** – do tworzenia i dystrybucji materiałów PR oraz budowania relacji z mediami,
- **Google Ads** – do planowania, uruchamiania i analizowania kampanii reklamowych w sieci Google.

Ponadto nauczysz się prowadzenia badań rynkowych, planowania i realizacja kampanii reklamowych oraz efektywnego zarządzania zespołami i projektami.

## Nowoczesne techniki badawcze

Jak skutecznie przyciągnąć uwagę konsumenta? Jakie elementy reklamy naprawdę angażują odbiorców? Na te pytania znajdziesz odpowiedzi biorąc **udział w badaniach eye tracking**.

Takie badania pokazują, jak nowoczesne technologie mogą wspierać strategie marketingowe i jak ważna jest analiza zachowań konsumentów. Bądź gotowy **wykorzystać zdobytą wiedzę w praktyce** i wdrażać jeszcze skuteczniejsze rozwiązania!

### Dzięki udziałowi w badaniach:

- Poznasz tajniki neuromarketingu i dowiesz się, jak śledzenie ruchu gałek ocznych pomaga w optymalizacji kampanii reklamowych i UX.
- Przetestujesz profesjonalny sprzęt do eyetrackingu, sprawdzając, które elementy przekazu reklamowego przyciągają uwagę odbiorców.
- Przeanalizujesz rzeczywiste dane i mapy cieplne, ucząc się, jak skutecznie dopasowywać treści marketingowe do percepcji klientów.

## Realne doświadczenia

Studenci mają możliwość aktywnego **uczestnictwa w ciekawych inicjatywach i projektach**, które pozwalają im wykorzystywać w praktyce zdobytą wiedzę oraz rozwijać umiejętności zawodowe.

Udział w tego typu wydarzeniach to nie tylko szansa na **zdobycie cennego doświadczenia**, ale też okazja do nawiązywania kontaktów branżowych i rozwijania własnych pasji.

### W ostatnich latach współorganizowali m.in.:

- Międzynarodową Konferencję Marketingowych Kół Naukowych,
- Konferencję DIMAQ DAY,



- "Wyczesana akcja" czyli zbiórkę sierści, która poddana recyklingowi pomogła oczyścić Morze Bałtyckie.

## Praca w digitalu - klasa czy obciach?

Praca w marketingu kojarzy Ci się tylko z nagrywaniem TikToków? **Pora to odczarować!**

Raport „Praca w digitalu – klasa czy obciach?” przygotowany przez IAB Polska pokazuje marketing cyfrowy oczami młodych – jako **dynamiczną branżę, w której kreatywność łączy się ze strategią, analityką i nowymi technologiami**. Zachęcamy do lektury kandydatów na studia, którzy chcą świadomie wybrać kierunek i lepiej zrozumieć, jak wygląda praca w marketingu cyfrowym.

## Program studiów

### 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:

- Prawne aspekty w marketingu i sprzedaży
- Zarządzanie relacjami z klientem (CRM)
- Badania marketingowe
- Design thinking
- Etyka w sprzedaży i marketingu
- Marketing B2B i B2C
- Marketing cyfrowy



- Nowoczesne zarządzanie projektami
- Psychologia zachowań konsumenckich
- Wystąpienia publiczne
- Zarządzanie wiedzą

### **Wybrane zajęcia specjalnościowe:**

- Content marketing
- Copywriting
- Analityka internetowa i UX
- Profesjonalna obsługa klienta e-commerce
- Marketing internetowy i mobilny
- Social media
- Kreowanie marki
- Relacje z mediami
- Metody techniki i sprzedaży
- Wycena produktów i usług

### **Nauka języka obcego**

#### **Na studiach stacjonarnych:**

- 240 godzin nauki jednego języka obcego (60 godzin w semestrze, od 1 do 4 semestru).

#### **Na studiach niestacjonarnych:**

- 160 godzin nauki jednego języka obcego (po 80 godzin 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 ubiegać się o zaliczenie praktyk na podstawie zatrudnienia.

**W trakcie studiów studenci mogą również korzystać z ofert staży**, w tym staży płatnych, przygotowywanych przez pracodawców współpracujących z uczelnią. Programy stażowe są dopasowane do konkretnych stanowisk i pomagają w stawianiu pierwszych kroków zawodowych.



## Sposób zaliczenia studiów

Tworzysz **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. Aby uzyskać tytuł licencjata, taki projekt musisz obronić przed komisją. To Ty wyznaczasz kierunek swojego projektu!

## Partnerzy kierunku



### Zasady rekrutacji

Aby zostać studentem studiów I stopnia (licencjackich lub inżynierskich) na Uniwersytecie WSB Merito, należy:

- ukończyć szkołę średnią,
- zdać maturę i uzyskać świadectwo dojrzałości,
- złożyć komplet wymaganych dokumentów,
- spełnić wymogi wynikające z zasad rekrutacji,
- o przyjęciu decyduje kolejność zgłoszeń oraz kompletność dokumentów.

[Dowiedz się więcej](#)

### Stypendia i zniżki

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

### Dla Kandydatów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia stacjonarne			
1 rok	<b>509 zł</b> 583 zł (12 x 509 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 504zł	1 rok	<b>606 zł</b> 680 zł (12 x 606 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 601zł
2 rok	<b>724 zł</b> (12 x 724 zł)	2 rok	<b>680 zł</b> (12 x 680 zł)
3 rok	<b>917 zł</b> (10 x 917 zł)	3 rok	<b>793 zł</b> (10 x 793 zł)
Studia niestacjonarne			



Czesne stopniowane		Czesne równe	
1 rok	<b>509 zł</b> <del>583 zł</del> (12 x 509 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 504zł	1 rok	<b>606 zł</b> <del>680 zł</del> (12 x 606 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 601zł
2 rok	<b>724 zł</b> (12 x 724 zł)	2 rok	<b>680 zł</b> (12 x 680 zł)
3 rok	<b>917 zł</b> (10 x 917 zł)	3 rok	<b>793 zł</b> (10 x 793 zł)

### Dla naszych absolwentów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia stacjonarne			
1 rok	<b>476 zł</b> <del>583 zł</del> (12 x 476 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 471zł	1 rok	<b>573 zł</b> <del>680 zł</del> (12 x 573 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 568zł
2 rok	<b>724 zł</b> (12 x 724 zł)	2 rok	<b>680 zł</b> (12 x 680 zł)
3 rok	<b>917 zł</b> (10 x 917 zł)	3 rok	<b>793 zł</b> (10 x 793 zł)
Studia niestacjonarne			
1 rok	<b>476 zł</b> <del>583 zł</del> (12 x 476 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 471zł	1 rok	<b>573 zł</b> <del>680 zł</del> (12 x 573 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 568zł
2 rok	<b>724 zł</b> (12 x 724 zł)	2 rok	<b>680 zł</b> (12 x 680 zł)
3 rok	<b>917 zł</b> (10 x 917 zł)	3 rok	<b>793 zł</b> (10 x 793 zł)

### Dla kandydatów z zagranicy

Czesne równe	
Studia stacjonarne	
1 rok	<b>3410 zł</b> <del>3850 zł</del> (2 x 3410 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 3380zł
2 rok	<b>3850 zł</b> (2 x 3850 zł)
3 rok	<b>3850 zł</b> (2 x 3850 zł)
Studia niestacjonarne	
1 rok	<b>3410 zł</b> <del>3850 zł</del> (2 x 3410 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 3380zł
2 rok	<b>3850 zł</b> (2 x 3850 zł)
3 rok	<b>3850 zł</b> (2 x 3850 zł)

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.



## Specjalności na kierunku Marketing i sprzedaż

Biznes międzynarodowy

**Form:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe • Tradycyjne

Content Marketing i storytelling 360°

**Form:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe • Tradycyjne

E-commerce & Online Business Design

**Form:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe • Tradycyjne

E-marketing z elementami AI

**Form:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe • Tradycyjne

Marketing i social media

**Form:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe • Tradycyjne

Menedżer sprzedaży

**Form:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe • Tradycyjne

## Wykładowcy

### Magdalena Murzyn, Menedżer kierunku

- Doradca i konsultant marketingowy, specjalizuje się w marketingu strategicznym, zarządzaniu marketingowym i badaniach marketingowych.
- Od ponad 25 lat związana zawodowo z marketingiem; od 10 lat pracuje jako wykładowczyni akademicka.
- Opiekun Marketingowego Koła Naukowego KIWI, kierownik merytoryczny studiów podyplomowych Digital Marketing Masterclass oraz manager kierunku marketing i sprzedaż.
- Posiada certyfikat DIMAQ Professional; członkini Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu oraz Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej.



## **dr Mateusz Rak**

- Zainteresowania naukowe Mateusza Raka koncentrują się wokół marketingu strategicznego, wartości marki, komunikacji zrównoważonego rozwoju (CSR, ESG) oraz kreatywności w reklamie i wykorzystania AI.
- Marketingowiec strategiczny, który łączy analityczne myślenie z kreatywnym podejściem do rozwiązywania problemów, tworząc skuteczne strategie wspierające rozwój organizacji.
- Członek grup roboczych działających przy ministerstwach, urzędach marszałkowskich, przedsiębiorca tworzący ekspertyzy i doradzający organizacjom głównie działających na rynku B2B.
- Pełnił funkcję Full-Stack Marketing Managera w sektorze B2B, gdzie kierował projektami z zakresu strategii marketingowej, PR-u i komunikacji, wspierając rozwój biznesu i marki.

## **dr hab. Agnieszka Dejnaka**

- Naukowiec, dydaktyk oraz praktyk biznesowy. Prowadzi zajęcia z zakresu analityki biznesowej, innowacji w zarządzaniu i marketingu, nowych technologii marketingowych oraz social mediów i Internetu.
- Praktyk z zakresu marketingu i marketingu elektronicznego. Współpracowała w projektach z zakresu marketingu i e-commerce, współpracując z wieloma firmami polskimi i zagranicznymi.
- Uczestniczyła w kilku pobytach naukowo-badawczych we Franklin University, USA. Posiada tytuł MBA, Franklin University, USA.
- Autorka kilkunastu książek naukowych i branżowych oraz kilkuset artykułów naukowych i branżowych.

## **dr Agnieszka Gasiulewicz**

- Jest pasjonatką nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych, które wykorzystuje do wspierania innowacyjnych rozwiązań oraz rozwoju edukacji i biznesu.
- Ekspert ds. badań marketingowych, trener biznesu. Kierownik wielu projektów badawczych z zakresu badań społecznych i marketingowych.
- Współpracowała z firmami działającymi w różnych sektorach gospodarki doradzając i prowadząc badania w obszarach jakości obsługi klienta, satysfakcji klienta, strategii marketingowej, wizerunku marki.
- Dynamiczny wykładowca z pasją do nauczania i inspirowania studentów. Zaangażowana w tworzenie pozytywnego środowiska uczenia się.

## **dr Katarzyna Kulig-Moskwa**

- Specjalizuje się w zarządzaniu kapitałem ludzkim, zrównoważonym rozwoju, DEI (różnorodność, równość, włączenie), wellbeingu oraz społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).
- Doktor nauk ekonomicznych w dziedzinie zarządzania. Pełnomocniczka rektora ds. zrównoważonego rozwoju na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu. Kierowniczką zespołu



dydaktycznego ZDZL.

- Autorka książek: "Wellbeing w organizacji", "Dylematy HRowców. Redaktorka publikacji naukowych z zakresu HR, Zrównoważonego rozwoju, CSR, DEI i wellbeingu.
- Ponad 20 lat doświadczenia jako wykładowczyni i promotorka na studiach licencjackich, magisterskich, podyplomowych i MBA. Trenerka biznesu specjalizująca się w szkoleniach dla kadry kierowniczej i HR.

### **dr Agnieszka Augustyn**

- Doktor Nauk o Kulturze Fizycznej. Ukończyła studia podyplomowe z Psychologii Zarządzania oraz z Zarządzania Zasobami Ludzkimi.
- Prowadzi zajęcia z zakresu zachowań organizacyjnych, treningu kierowniczego, technik radzenia sobie ze stresem oraz podstaw rekreacji, wspierając rozwój studentów.
- Współpracowała z Instytutem Matki i Dziecka oraz Biurem Europejskim WHO w ramach międzynarodowego projektu HBSC (Health Behaviour in School-aged Children).
- Posiada doświadczenie w zakresie psychologicznych aspektów zarządzania oraz zachowań ludzi w organizacji, a także w obszarze dobrostanu i zdrowia psychicznego pracowników.

### **dr Agata Strzelczyk**

- Doktor nauk społecznych w dyscyplinie ekonomia i finanse. Absolwentka finansów i bankowości oraz informatyki i ekonometrii Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Stypendystka Syddansk Universitet.
- Menedżer kierunku finanse i rachunkowość na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu, odpowiedzialny za rozwój programów i wsparcie studentów.
- Prowadzi zajęcia ze statystyki, analizy danych, prognozowania oraz matematyki finansowej w języku polskim i angielskim, wspierając studentów w zdobywaniu praktycznych kompetencji analitycznych.
- Praktyk w analizie danych, współautor projektów badawczych i opracowań biznesowych realizowanych we współpracy z instytucjami finansowymi oraz przedsiębiorstwami różnych branż.

### **dr Joanna Myślińska-Wiepraw**

- Doktor nauk ekonomicznych, pracownik badawczo-dydaktyczny Uniwersytetu WSB Merito oraz członek Federacji Naukowej WSB-DSW Merito. Menedżer kierunku Ekonomia.
- Trenerka biznesu, specjalistka z obszaru analizy finansowej oraz zarządzania finansami korporacyjnymi, publicznymi i osobistymi. Autorka licznych publikacji naukowych z zakresu ekonomii i finansów.
- Jej zainteresowania naukowe skupiają się na finansach osobistych, obejmując analizę decyzji finansowych jednostek, zarządzanie budżetem domowym oraz wpływ edukacji finansowej na codzienne wybory.
- Ekspertka medialna Uniwersytetów WSB Merito, aktywnie reprezentuje uczelnię w mediach,



dzieląc się wiedzą i doświadczeniem oraz popularyzując tematykę związaną z edukacją i biznesem.

### **Joanna Ciołek-Hummel**

- Specjalizuje się w zarządzaniu zasobami ludzkimi (współczesnymi trendami), komunikacji w biznesie, psychologia międzykulturowe oraz terapii systemowej.
- Doświadczona menadżerka międzykulturowych zespołów pracujących w branży IT. Wykładowczyni przedmiotów z zakresu zarządzania i psychologii.
- Współwórczyni programów rozwoju studentów CRC oraz Iron Leader, Iron Business Leader wspierający w rozwoju umiejętności liderkich.
- Jest autorką publikacji z zakresu psychoanalizy, w których podejmuje tematykę procesów psychicznych, rozwoju osobowości oraz zastosowania teorii psychoanalitycznej w praktyce.

### **dr Grzegorz Wudarczewski**

- Doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu, 22-letnie doświadczenie dydaktyczne (poziomy: MBA, Podyplomowy, Licencjacki, Magisterski). Nagrodzona praca doktorska na UE we Wrocławiu.
- Praktyk, ekonomista, specjalista w obszarze zarządzania i psychologii, trener szkoleniowy, konsultant, doradca dla firm w zakresie praktyk zarządzania i doboru personelu, certyfikowany diagnosta.
- Od 25 współpracuje z wieloma firmami konsultingowymi, m. innymi: Adviser, Vademecum, PTE, Vento, Econtrade, SJOS, Accord Next, Sygma, Logintrade, Argumentum Event, AID System Consulting, Otrek.
- Projekty i szkolenia dla: Alupast, Auto Group, Bank Zachodni, Poczta Polska, Luvena, PARAPETY Pietrucha, Elektrociepłownie Elektrownie, ZEM Duszniki, Suzuki Motor Polska, Takata Petri Polska, Gotec.

### **dr Krzysztof Kuźniak**

- Specjalizuje się w zarządzaniu marketingowym i strategicznym; w pracy naukowej koncentruje się na wpływie zmienności rynku na efektywność ekonomiczną przedsiębiorstw.
- Doświadczony manager nadzorujący marketing, sprzedaż i planowanie strategiczne; posiada także doświadczenie w zarządzaniu produktami i cenami.
- Autor kilkudziesięciu publikacji naukowych z marketingu i zarządzania; nagradzany przez Rektora UE we Wrocławiu (2010) oraz Rektora WSB we Wrocławiu (2018).
- Opracowuje i wdraża strategie rozwoju, wprowadza nowe produkty, tworzy komunikację marketingową oraz realizuje działania z zakresu digital marketingu.

### **dr inż. Julita Markiewicz-Patkowska**

- Specjalizuje się w zrównoważonym rozwoju i ochronie środowiska, logistyce zwrotnej, zarządzaniu organizacjami oraz turystyce i rekreacji osób starszych.



- Działa jako ekspert w zarządzaniu, ochronie środowiska i turystyce. Łączy wieloletnie doświadczenie w kierowaniu instytucjami otoczenia biznesu z realizacją projektów UE.
- Ma na koncie ok. 80 publikacji, także w prestiżowych czasopismach z listy filadelfijskiej. Recenzuje międzynarodowe periodyki i współtworzy patent technologii oczyszczania wody.
- Prowadziła zajęcia na uczelniach w Polsce, Francji, Wielkiej Brytanii i USA. Wypromowała setki magistrantów, licencjatów i inżynierów oraz była promotorem pomocniczym w przewodzie doktorskim.

## **Joanna Śmietanka**

- Absolwentka studiów doktoranckich UW. Prowadzi badania nad komunikacją zdrowia i starzenia się, ageizmem, marketingiem farmaceutycznym, edukacją medialną oraz eventami i sponsoringiem w kulturze.
- Strateg marketingowy z 22-letnim doświadczeniem w reklamie, PR i social mediach. Ekspertka marketingu Pharma & Med. Zrealizowała ponad 200 kampanii i 300 eventów.
- Autorka publikacji naukowych i branżowych z zakresu marketingu. Nominowana przez redakcję „Gazety Wrocławskiej” do tytułu Osobowość Roku 2020 w kategorii Biznes.
- Specjalizuje się w strategii komunikacji, analizie odbiorców i projektowaniu kampanii 360°. Zarządza PR, social media i influencer marketingiem, integrując działania w modelu compliance.

## **Łukasz Gontarski**

- Menedżer kierunku media cyfrowe i grafika komputerowa na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu, posiada wieloletnie doświadczenie w marketingu wizualnym.
- Jako pasjonat UX koncentruje się na projektowaniu z myślą o użytkowniku, co odzwierciedla w metodyce pracy oraz realizowanych projektach.
- Prowadzi zajęcia z projektowania grafiki wektorowej, identyfikacji wizualnej oraz stron internetowych, dzieląc się wiedzą i praktycznymi umiejętnościami.
- Filozofię zawodową opiera na przekonaniu, że kluczem do sukcesu jest zrozumienie i spełnienie oczekiwań klienta poprzez badania i testowanie rozwiązań.