UNIWERSYTET WSB MERITO WROCŁAW
wcześniej Wyższa Szkoła Bankowa

Digital Marketing Masterclass

STUDIA PODYPLOMOWE

Miasto: Wrocław

Zdobądź międzynarodowy certyfikat DIMAQ i wyróżnij się na rynku

W programie studiów Digital Marketing Masterclass znajdziesz coś więcej niż tylko teorię – **przygotowanie do prestiżowego egzaminu DIMAQ**. To międzynarodowy standard kwalifikacji w marketingu cyfrowym, **uznawany w całej Europie i rekomendowany przez IAB Europe.**

Certyfikat DIMAQ to potwierdzenie, że **masz aktualną wiedzę, praktyczne skille i rozumiesz cyfrowe środowisko jak zawodowiec.**

Dzięki certyfikacji zyskujesz **przewagę na rynku pracy – nie tylko w Polsce, ale też w 8 innych krajach**. Dołączasz do społeczności ekspertów, którzy mają dostęp do unikalnej bazy wiedzy, wydarzeń branżowych i materiałów rozwojowych. **To szansa na nawiązanie wartościowych kontaktów i wejście na wyższy poziom kariery.**

Z DIMAQ zyskujesz wiarygodność i zaufanie klientów oraz partnerów biznesowych – pokazujesz, że jesteś profesjonalistą gotowym działać w oparciu o rynkowe standardy.

92%
uczestników poleca studia podyplomowe
Źródło: *„Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.*

Zdobędziesz **międzynarodowy certyfikat DIMAQ**, potwierdzający kompetencje w dziedzinie digital marketingu.

Microsoft 365

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

1
partner kierunku:
- IAB Polska Sp. z o.o.

Kadra złożona z praktyków

Zajęcia prowadzą doświadczeni specjaliści, którzy na co dzień pracują w branży digital. To eksperci swojej dziedziny, **posiadający certyfikat DIMAQ.**

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
- przygotujemy Cię do międzynarodowej certyfikacji

Program studiów

8	128	8	2
Liczba miesięcy nauki	Liczba godzin zajęć	Liczba zjazdów	Liczba semestrów

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Digital marketing - podstawy i trendy (8 godz.)

- Rynek reklamy internetowej
- Internauci w Polsce i na Świecie
- Kanały komunikacji w Internecie – rodzaje, koncepcje klasyfikacji
- Rodzaje i klasyfikacja podmiotów związanych z rynkiem reklamy w Internecie
- Podstawowe modele zakupu I emisji reklamy w sieci
- Współpraca z agencją – podstawowe zagadnienia
- Marketing offline vs online

Strategia i planowanie (8 godz.)

- Koncepcje i modele strategiczne
- Analiza, metody, narzędzia i źródła informacji
- Definiowanie celów
- Definiowanie grup docelowych
- Definiowanie planu działań i taktyk
- Metody budżetowania i rozliczania kampanii
- Pomiar skuteczności
- Raportowanie wyników

Display advertising i programmatic (12 godz.)

- Podstawowe pojęcia
- Formaty reklamy display
- Mechanika działania display
- Efektywność reklamy display
- Parametry kampanii display
- Planowanie kampanii display
- Kreacja w kampanii display
- Pomiar skuteczności i KPI
- Podstawowe pojęcia i koncepcje Programmatic
- Mechanika i działanie Programmatic buying
- Bidding w Programatic
- Ewaluacja w kampanii

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Video advertising (8 godz.)

- Podstawowe pojęcia
- Rodzaje i formaty reklamy video
- Serwisy z treściami video
- Modele emisji i zakupu
- Efektywność video advertising
- Twórcy kontentu – vlogging, youtuberzy
- VOD i branded content
- Telewizja hybrydowa

Search engine marketing (8 godz.)

- Koncepcje i modele związane z SEO i PPC
- SEM/SEO/SEA – podstawowe pojęcia
- Efektywność działań SEM
- Mechanika SEO
- Optymalizacja on-page i off-page
- Inbound marketing
- Definicja słów kluczowych
- Bidding w reklamie AdWords
- Copy w reklamie AdWords
- Pamiar skuteczności i KPI

Content marketing i webwriting (8 godz.)

- Sposoby, formy i narzędzia tworzenia treści
- Sposoby redagowania treści w Internecie
- Reklama natywna
- Efektywność content marketingu
- Pomiar skuteczności

Trendy w digitalu (8 godz.)

Trendy w digitalu

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Prawo w internecie (8 godz.)

- Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji a reklama w sieci
- Prawo prasowe a marketing internetowy
- Prawo karne a marketing internetowy
- Umowy, składanie zleceń i odpowiedzialność prawna w marketingu internetowym
- Reklama trudnych grup produktowych (alkohol, papierosy, leki, haznard)
- Reklama i marketing skierowany do dzieci
- Aspekty prawa autorskiego w sieci
- Zarządzanie danymi i prywatność
- Aspekty prawne e-commerce

Social media (12 godz.)

- Podstawowe pojęcia i koncepcje web 2.0
- Platformy social media
- Social Listening i monitoring
- Planowanie i publikowanie contentu
- Reklama w sieciach społecznościowych
- Efektywność social media marketingu

E-commerce (12 godz.)

- Podstawowe pojęcia i koncepcje handlu w sieci
- Rynek ecommerce w Polsce
- Trendy i tendencje
- Ropo i showrooming
- M-commerce
- E-commerce I inne obszary marketingu internetowego
- Płatności e-commerce

Mobile marketing (8 godz.)

- Podstawowe pojęcia i koncepcje związane z marketingiem mobilnym
- Efektywność mobile marketingu
- Optymalizacja strony www pod kątem urządzeń mobilnych

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- Aplikacje mobilne
- Testowanie aplikacji mobilnych
- Reklama mobilna
- Serwisy mobilne i responsywne
- Proximity marketing
- SMS marketing
- Internet of Things
- Analityka mobilna

Analityka internetowa i UX (12 godz.)

- Podstawowe pojęcia i narzędzia związane z webanalityką
- Tworzenie i struktura konta Google Analytics
- Atrybucja i targetowanie stron oraz treści
- Cele i konwersja
- Wskaźniki i wymiary
- Podstawowe pojęcia i koncepcje User Experience
- Heurystyki Nielsena
- Metody i narzędzia analiz i pomiaru UX

E-mail marketing (8 godz.)

- Podstawowe pojęcia i koncepcje
- Planowanie kampanii
- Online&Offline data capturing
- Spam i Spam Filters
- Segmentacja
- Email design
- Testowanie
- Narzędzia do email marketingu
- Mierniki i efektywność e-mail marketingu
- Marketing automation

Przygotowanie do egzaminu (8 godz.)

- Przygotowanie do egzaminu

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Forma zaliczenia

- esej zaliczeniowy
- egzamin końcowy
- dodatkowo egzamin certyfikujący DIMAQ

Partnerzy kierunku:

To kierunek dla osób, które:

- chcą zdobyć konkretną wiedzę i umiejętności w obszarze digital marketingu,
- zawodowo zajmują się marketingiem i chcą działać bardziej skutecznie online,
- myślą o przebranżowieniu i startują w świecie nowoczesnych technologii i mediów,
- mają doświadczenie w e-commerce i chcą je przekuć na realne efekty sprzedaży,
- szukają ścieżki rozwoju, która zwiększa szanse na awans lub zmianę pracy.

Czego się nauczysz?

- Zdobędziesz **wiedzę, która przygotuje Cię do zdobycia międzynarodowego certyfikatu kwalifikacji DIMAQ** – jednego z najważniejszych w branży.
- Poznasz efektywne metody wykorzystywania **dostępnych narzędzi stosowanych w digital marketingu.**
- Nauczysz się **tworzyć skuteczne strategie digitalowe** – od analizy danych po planowanie kampanii i budżetów.
- Dowiesz się, czym jest **marketing mobilny** i jak go wykorzystać w działaniach komunikacyjnych.
- Poznasz **narzędzia i metody webanalityki i UX**, które pomagają zwiększać konwersje i dopasować treść do użytkownika.
- Zgłębisz **tajniki social mediów, SEO, e-commerce i content marketingu** – wszystko na realnych przykładach.

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Wykładowcy i eksperci prowadzący zajęcia

Julia Waincetel

- Specjalistka od skutecznych kampanii i przemyślanej automatyzacji - działa tam, gdzie algorytmy spotykają się z doświadczeniem, a sztuczna inteligencja wspiera decyzje oparte na danych.
- Prowadzi szkolenia z performance marketingu i AI w biznesie we współpracy z Concordia Design. Dzieli się wiedzą jako wykładowczyni akademicka oraz występując podczas konferencji tj. TEDx, IAB Forum.
- Współtwórczyni certyfikatu DIMAQ AI i współautorka „Przewodnika po sztucznej inteligencji dla marketerów", pobranego ponad 2500 razy.
- Jej kampanie Google Ads, Meta Ads i Microsoft Ads zdobyły nagrody w konkursach Effie Poland, Golden Arrow i Global Search Awards. Certyfikowana specjalistka Google, DIMAQ Pro i Change Management APMG.

Barbara Przybycień

- Z wykształcenia kulturoznawczyni, z doświadczenia marketerka i twórczyni treści, specjalizująca się w digital marketingu i zarządzaniu komunikacją online.
- Posiada doświadczenie w tworzeniu angażujących treści, budowaniu spójnych wizerunków marek oraz realizacji skutecznych strategii marketingu cyfrowego.
- Z pasją wykorzystuje potencjał platform społecznościowych do zwiększania rozpoznawalności marek, angażowania społeczności oraz wspierania realnego rozwoju biznesu.
- Dzięki połączeniu strategicznego myślenia, kreatywności i znajomości trendów oraz nowoczesnych narzędzi digital marketingu, skutecznie wspiera rozwój marek w dynamicznym środowisku online.

Iga Montwiłł

- Specjalizuje się w marketingu strategicznym oraz kreowaniu marek.
- Od ponad 13 lat związana z portalami horyzontalnymi, zdobywając doświadczenie w tworzeniu i realizacji kompleksowych strategii marketingowych w środowisku digitalowym.
- Posiada międzynarodowy certyfikat DIMAQ Professional, potwierdzający zaawansowaną wiedzę i kompetencje w zakresie digital marketingu.
- Absolwentka kierunku Sztuka Nowych Mediów oraz Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna oraz studiów podyplomowych Biznes.ai: Zarządzanie Projektami Sztucznej Inteligencji w Akademii Leona Koźmińskiego.

Agnieszka Gutowska

- Head of Social Media w agencji Personal PR. Związana z branżą nowych mediów od ponad 10 lat.
- Tworzy treści, projektuje strategie komunikacji, administruje profilami firmowymi na Facebooku, Instagramie, LinkedInie, TikToku i X (dawny Twitter).
- Planuje kampanie informacyjne, wizerunkowe i sprzedażowe. Nieustająco śledzi wszelkie zmiany w środowisku social mediów i bada ich oddziaływanie na profile w praktyce.

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- Prelegentka na konferencjach branżowych, trenerka w Skillers Academy i wykładowczyni m.in. na Uniwersytecie Gdańskim, Politechnice Gdańskiej, Collegium Civitas i Uniwersytecie WSB Merito.

Aleksandra Matysiak

- Z wykształcenia jestem ekonomistką oraz marketerką, studia magisterskie na tych kierunkach ukończyłam w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.
- Karierę zawodową rozpoczęłam w branży FMCG – realizowałam projekty dla marki Gerber, później zarządzałam markami Lion oraz KitKat.
- Od ponad 5 lat pracuję w firmie Orange Polska. Jako Digital Manager zajmuję się aplikacją mobilną Orange Flex, odpowiadając całościowo za strategię jej komunikacji w kanałach online.
- Swoją wiedzą oraz doświadczeniem dzieliłam się podczas wielu konferencji, m.in. Mobile Trends Conference, Kampania 17 Celów, TikTok Discover.

Anna Zaborowska-Bartoszek

- Specjalizuje się w copywritingu i webwritingu, szczególnie w treściach SEO, ucząc skutecznego i przyjaznego użytkownikom pisania do internetu.
- Ekspertka w tworzeniu contentu budującego autorytet witryny oraz pisaniu zgodnym z zasadami Helpful Content.
- Współautorka książki „SEO w praktyce” pod redakcją A. Strzeleckiego oraz prelegentka Festiwalu SEO.
- Doświadczenie w tworzeniu treści użytkowych do internetu zdobywała jako copywriter-freelancer i pracownik agencji reklamowej, współtworząc strategie treści dla największych e-commerce w Polsce.

r. pr. dr Michał Krzewicki

- Radca prawny, absolwent prawa i ekonomii, doktor nauk prawnych – specjalność: prawo cywilne; autor publikacji z zakresu prawa cywilnego oraz prawa reklamy.
- Od kilkunastu lat prowadzi zajęcia dydaktyczne z zakresu prawa cywilnego, dzieląc się wiedzą teoretyczną i praktycznym doświadczeniem, które wspierają rozwój studentów i ich kompetencji.
- W ramach swojej kancelarii prawnej zajmuje się obsługą prawną przedsiębiorców, w szczególności z branży finansowej, IT, e-commerce i marketingu.
- Posiada kilkunastoletnie doświadczenie procesowe w prowadzeniu sporów cywilnych, gospodarczych i rodzinnych, skutecznie łącząc wiedzę prawniczą z praktyką sądową.

Leszek A. Nowak

- Certyfikowany trener DIMAQ (IAB), ekspert i doradca w obszarze marketingu cyfrowego (digital).
- Ma 20-letnią praktykę w budowaniu strategii marketingowych, projektowaniu procesów sprzedaży, realizacji działań komunikacyjnych, zarówno dla międzynarodowych korporacji, jak i w mniejszych firmach.
- W swoim życiu zawodowym prowadził własną agencję interaktywną NetMarkets, a także zarządzał

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

agencją OS3. Pracował jako doradca zarządu ds. E-Commerce w Danhoss.

- Kierował marketingiem usług dodanych w T-Mobile. Wcześniej był konsultantem w zakresie doradztwa marketingowego w Ernst&Young (obecnie EY).

dr hab. Sławomir Gawroński

- Specjalizuje się w komunikacji marketingowej, digital marketingu i PR. Autor ponad 100 publikacji naukowych. Nauczyciel akademicki z 25-letnim doświadczeniem w Polsce i za granicą.
- Doświadczony ekspert, wieloletni współpracownik NAWA, PARP, NCBiR i FnRNP. Członek Akademii Kopernikańskiej oraz Sektorowych Rad ds. Kompetencji w komunikacji marketingowej i przemyśle lotniczym.
- Kierownik międzynarodowych projektów badawczych, ekspert komisji akredytacyjnych Republiki Słowenii oraz Czarnogóry.
- Posiadacz certyfikatów DIMAQ Professional, Six Sigma Black Belt, EFFAS ESG Essentials oraz Agile PM. Akredytowany egzaminator DIMAQ.

Konrad Kowalik

- Początki kariery w G-partner (kampanie Google Ads), następnie w PKO BP (członek in-housowego zespołu performancowego), aktualnie w Orange Polska (Experta od Performance Marketingu).
- Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie oraz warszawskiego SWPS.
- Członek SEMowej grupy roboczej IAB Polska.

Magdalena Murzyn

- 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.

Karolina Kępska

- Marketing Manager w National Geographic Learning Polska oraz specjalistka w obszarze marketingu cyfrowego, posiada akredytację DIMAQ Professional (IAB).
- Interesuje się Customer Experience, Design Thinking oraz Futures Thinking, które wykorzystuje w projektowaniu strategii i usług (Service Design).
- Aktywnie śledzi i analizuje trendy w marketingu cyfrowym, łącząc podejście strategiczne z data driven mindset i analityką marketingową.
- Prelegentka TEDx Katowice, gdzie poruszała temat relacji międzyludzkich. Rozwija kompetencje z

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

zakresu zarządzania projektami i strategii, wyznaczając wysokie standardy w marketingu edukacyjnego.

Paulina Kozyra

- Dyrektor ds. strategii i rozwoju sprzedaży szkoleń IAB Polska, Executive MBA, wykładowca Uniwersytetu Civitas, ekspert content marketingu i reklamy natywnej.
- Członkini Sektorowej Rady ds. Kompetencji, ex-szefowa Grupy Roboczej Content Marketing (6 kadencji) oraz wice-szefowa Grupy Performance w IAB Polska.
- Była Country Manager TradeTracker Polska, Head of Business Development w INIS oraz Team Manager w GroupM – plista, odpowiedzialna za strategie CM i rozwój produktów.
- Panelistka, prelegentka, autorka publikacji; filolog klasyczny i polski z ponad 18-letnim doświadczeniem mediowym (RASP, WP, PAP, WPP Media).

Wypowiedzi osób

Studia oferują możliwość nauki od doświadczonych specjalistów i praktyków branży, co jest nieocenionym źródłem wiedzy i inspiracji. Wiedza przekazywana przez wykładowców opiera się na aktualnych badaniach i najlepszych praktykach, co gwarantuje, że absolwenci będą dysponować najnowszymi informacjami i umiejętnościami poszukiwanymi na rynku pracy. Kierunek posiada najszerszy na rynku szkoleniowym zakres tematów dotyczących działań w Internecie.

Magdalena Murzyn, kierownik merytoryczny kierunku

Edukacja w zakresie digital marketingu przygotowuje do podjęcia pracy w tej fascynującej branży, oferując zarówno teoretyczne podstawy, jak i praktyczne umiejętności niezbędne do skutecznego zarządzania kampaniami marketingowymi w Internecie. Specjaliści z tej dziedziny muszą być na bieżąco z najnowszymi trendami i narzędziami, co wymaga ciągłego samorozwoju i adaptacji do szybko zmieniającego się środowiska.

Bartosz Paczyński, wykładowca, trener DIMAQ Professional

W marketingu pracuję od 13 lat i miałam możliwość pracy w różnych jego obszarach. W ubiegłym roku uznałam, że warto zgłębić obszar digital marketingu, w oparciu obserwacji trendów rynkowych, jak i własnego rozwoju z tego obszaru. Był to idealny wybór, zarówno do poukładania wiedzy, jak i jej poszerzenia w tym obszarze. W mojej opinii program obejmował wszystkie kluczowe aspekty marketingu cyfrowego, a zdobyta wiedza pomoże mi szczególnie w codziennej pracy nad raportami prowadzonych kampanii.

Kamila Lipińska, absolwentka

Na co dzień pracuję z marketingiem, contentem i produkcją wideo, dlatego szczególnie doceniam podejście do digital marketingu jako spójnego ekosystemu, od analityki i UX, przez SEM i content, aż po reklamę digitalową. Dużą wartością programu były zajęcia poświęcone trendom, mediom społecznościowym oraz reklamie wideo, które poszerzyły moje spojrzenie na strategię komunikacji. Dzięki zdobytym kompetencjom zdałam egzamin certyfikujący DIMAQ. Kończę ten etap z dużą

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

satysfakcją i inspiracją.

Maria Kryszak, absolwentka

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 Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.