



Uniwersytet WSB
Merito we
Wrocławiu



Branding & Content Marketing

Numer usługi 2024/05/07/7038/2142769

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Studia podyplomowe

🕒 192 h

📅 12.10.2024 do 22.06.2025

5 800,00 PLN brutto

5 800,00 PLN netto

30,21 PLN brutto/h

30,21 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Inne / Edukacja
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Studia kierowane są do osób pragnących rozpocząć karierę w agencjach reklamowych, brandingowych, działach komunikacji i marketingu firm lub jednostek administracji publicznej. Rekomendowane są również właścicielom małych firm, samodzielnie kreujących własną markę. Studia zostały zaprojektowane dla osób, które chcą przejść szybką ścieżkę od pierwszych kroków do specjalistycznej wiedzy.
Minimalna liczba uczestników	17
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	11-10-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	192
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 742, z późn. zm.)
Zakres uprawnień	studia podyplomowe

Cel

Cel edukacyjny

Celem studiów jest budowanie kompetencji wśród specjalistów odpowiedzialnych w organizacjach za komunikację marketingową oraz wśród właścicieli małych firm, poprzez rozwinięcie przez nich umiejętności planowania, tworzenia i dystrybucji treści realizujących strategię wizerunkowe marek. Program integruje teorię i praktykę, aby jak najlepiej przygotować uczestników studiów do konstruktywnego działania w świecie branding.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zdobycie umiejętności kreowania silnych marek poprzez strategiczne zarządzanie treściami.	Egzamin końcowy	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Nie. Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych, które otrzymuje absolwent, zawiera program studiów wraz z liczbą godzin i uzyskaną liczbą punktów ECTS

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Wydanie świadectwa potwierdza zaliczenie wszystkich modułów oraz przedmiotów.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Nie. Świadectwo jest zgodne z Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 12 września 2018 r. w sprawie dokumentów wydawanych w związku z przebiegiem lub ukończeniem studiów podyplomowych i kształcenia specjalistycznego.

Program

Ramowy program studiów podyplomowych **Branding & Content Marketing**

ISTOTA BRANDINGU (16 godzin)

- idea marki
- podstawy budowania marki
- określanie osobowości marki

- praca z archetypami marek
- klaryfikacja obietnicy marki
- Value Proposition Design
- marki w świecie wartości
- wizerunek docelowy marki wewnątrz i na zewnątrz organizacji
- identyfikacja wizualna marki
- co-branding
- architektura marki
- The Business Model Canvas

PSYCHOLOGIA MARKI (16 godzin)

- postrzeganie społeczne w kontekście percepcji marki
- znaczenie błędów poznawczych w komunikacji marki
- samokoncepcja a wartość marki dla odbiorcy
- psychologia cen
- płeć i wiek w marketingu
- wrażliwość na markę
- wpływ emocji na decyzje zakupowe konsumentów
- metody oddziaływania na motywacje i postawy konsumentów
- w świetle badań naukowych
- co działa, a co nie działa w reklamie
- metoda Design Thinking w projektowaniu doświadczeń Klientów
- projektowanie doświadczeń emocjonalnych – mikrowarsztat
- personal branding – mikrowarsztat

STRATEGIA MARKI (16 GODZIN)

wyznaczanie kierunków rozwoju marki
 strategia i wyznaczanie celów metodą SMART
 analiza strategiczna: analiza konsumenta, analiza konkurencji, samoanaliza
 consumer insight
 pozycjonowanie marki
 pojęcie big idea w komunikacji
 product placement
 celebrity endorsement
 rebranding
 brand extension
 wskaźniki efektywności działań brandingowych

KOMUNIKACJA MARKI (16 GODZIN)

- znaczenie i miejsce komunikacji w modelu biznesowym i procesie marketingowym
- zintegrowana komunikacja marketingowa
- zasady i wyzwania w obszarze komunikacji marki w XXI wieku
- planowanie strategicznej komunikacji marki - elementy procesu
- niestandardowe działania komunikacyjne marek
- Brand Behaviour & Customer Experience
- tworzenie Brand Booka
- kryzysy i wpadki marek

MARKA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (16 GODZIN)

- ekosystem social media
- strategiczne podejście do mediów społecznościowych
- zasady prowadzenia skutecznych działań marketingowych w mediach społecznościowych
- planowanie działań brandingowych w mediach społecznościowych
- analityka działań w social media – mierzenie efektów działań
- influencer marketing
- tips & tricks
- najciekawsze trendy w prowadzeniu mediów społecznościowych

NOWE TRENDY W MARKETINGU I BRANDINGU (16 GODZIN)

- trendy, makrotrendy, mikrotrendy, kontr trendy, sygnały zmian
- najciekawsze trendy społeczne, technologiczne, środowiskowe i komunikacyjne
- mikrotrendy w marketingu małych firm
- Growth Hacking
- Context Map Canvas
- Consumer Trend Canvas
- Consumer Trend Radar

CONTENT MARKETING JAKO NARZĘDZIE BUDOWANIA MARKI (16 GODZIN)

- content marketing w budowaniu marki eksperckiej i biznesu online
- wyznaczanie celów działań content marketingowych
- tworzenie strategii content marketingowej
- wartościowanie informacji w kontekście branding
- podstawy SEO
- planowanie tematów
- opracowywanie harmonogramu publikacji
- dostosowanie przekazu do kanału komunikacji
- webwriting
- content design
- podstawy komunikacji wizualnej
- dystrybucja treści w Internecie
- analizowanie efektywności działań
- AI w content marketingu
- najczęściej popełniane błędy w content marketingu

WARSZTATY TWORZENIA TREŚCI (16 GODZIN)

- content design w praktyce
- techniki pisania – mikrowarsztat
- jak robić dobre zdjęcia smartfonem – mikrowarsztat
- retusz zdjęć – mikrowarsztat
- projektowanie w programie Canva – mikrowarsztat
- montaż filmów w bezpłatnych programach – mikrowarsztat
- popularne narzędzia content marketingowe

CONTENT VIDEO (16 GODZIN)

- siła obrazu
- video w strategii marki
- formaty video budowanie społeczności na You Tube
- błędy w działaniach video marketingowych
- Video Content Marketing – warsztat filmowy

STORYTELLING W BUDOWANIU MARKI (16 GODZIN)

- mitologizacja marki
- kreowanie doświadczenia poprzez opowieść
- klasyczne schematy narracyjne i ich zastosowanie w branding
- techniki storytellingowe
- emotywna funkcja języka
- eksploracyjna funkcja metafor
- markery emocjonalne
- sprzedaż za pomocą opowieści
- budowanie relacji i networking

RELACJE Z MEDIAMI (16 GODZIN)

- elementarne zasady współpracy z dziennikarzami
- mikrowarsztat tworzenia baz mediów
- formy komunikacji z mediami
- warsztat tworzenia informacji prasowych
- komunikacja w sytuacji kryzysu wizerunkowego
- mikrowarsztat zarządzania sytuacją kryzysową

PODSTAWY PRAWA AUTORSKIEGO (16GODZIN)

- wykorzystanie wizerunku
- autoryzacja wypowiedzi
- stosowanie fragmentów cudzych utworów
- licencje Creative Commons
- zapisy umowne stosowane w obrocie prawami autorskimi
- i innymi prawami własności intelektualnej
- konsekwencje wynikające z naruszenia praw autorskich
- tworzenie regulaminów konkursów oraz uwarunkowania prawne dotyczące
- wyłaniania zwycięzców – warsztat
- umowy z influencerami i freelancerami- warsztat

Forma zaliczenia: Test sprawdzający wiedzę po I i po II semestrze

Liczba godzin dydaktycznych / lekcyjnych: **192** (minimum 30 punktów ECTS)

Liczba semestrów: **2**

Zajęcia odbywają się w sobotę i w niedzielę - w każdym dniu realizowanych jest 8 godzin dydaktycznych (po 45 minut) wraz z półgodzinną przerwą między blokami zajęć.

Zajęcia prowadzone są w formie wykładów, które uzupełniane są ćwiczeniami, warsztatami oraz rozwiązywaniem przykładów praktycznych.

Słuchacze otrzymują zestaw materiałów dydaktycznych przygotowanych przez wykładowców. Są to opracowania autorskie, akty prawne, konspekty oraz zadania do samodzielnego rozwiązywania.

Absolwenci otrzymują świadectwo ukończenia studiów podyplomowych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 24

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 24 Zjazd I (sobota)	12-10-2024	08:30	15:00	06:30
2 z 24 Zjazd I (niedziela)	13-10-2024	08:30	15:00	06:30
3 z 24 Zjazd II (sobota)	16-11-2024	08:30	15:00	06:30
4 z 24 Zjazd II (niedziela)	17-11-2024	08:30	15:00	06:30
5 z 24 Zjazd III (sobota)	30-11-2024	08:30	15:00	06:30
6 z 24 Zjazd III (niedziela)	01-12-2024	08:30	15:00	06:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 24 Zjazd IV (sobota)	18-01-2025	08:30	15:00	06:30
8 z 24 Zjazd IV (niedziela)	19-01-2025	08:30	15:00	06:30
9 z 24 Zjazd V (sobota)	01-02-2025	08:30	15:00	06:30
10 z 24 Zjazd V (niedziela)	02-02-2025	08:30	15:00	06:30
11 z 24 Zjazd VI (sobota)	15-02-2025	08:30	15:00	06:30
12 z 24 Zjazd VI (niedziela)	16-02-2025	08:30	15:00	06:30
13 z 24 Zjazd VII (sobota)	08-03-2025	08:30	15:00	06:30
14 z 24 Zjazd VII (niedziela)	09-03-2025	08:30	15:00	06:30
15 z 24 Zjazd VIII (sobota)	22-03-2025	08:30	15:00	06:30
16 z 24 Zjazd VIII (niedziela)	23-03-2025	08:30	15:00	06:30
17 z 24 Zjazd IX (sobota)	12-04-2025	08:30	15:00	06:30
18 z 24 Zjazd IX (niedziela)	13-04-2025	08:30	15:00	06:30
19 z 24 Zjazd X (sobota)	10-05-2025	08:30	15:00	06:30
20 z 24 Zjazd X (niedziela)	11-05-2025	08:30	15:00	06:30
21 z 24 Zjazd XI (sobota)	24-05-2025	08:30	15:00	06:30
22 z 24 Zjazd XI (niedziela)	25-05-2025	08:30	15:00	06:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
23 z 24 Zjazd XII (sobota)	14-06-2025	08:30	15:00	06:30
24 z 24 Zjazd XII (niedziela)	15-06-2025	08:30	15:00	06:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	30,21 PLN
Koszt osobogodziny netto	30,21 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Kamila Cyran-Mnich

Praktyk branży kreatywnej, wykładowca, certyfikowany coach i trener. Opiekun merytoryczny kierunku Branding i Content Marketing w Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu oraz Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu. Pracowała w dużych agencjach reklamowych, jako copywriter, członek zespołów kreatywnych i dyrektor artystyczny. Tworzyła kampanie reklamowe, programy edukacyjne i gry miejskie. Współtworzyła i realizowała strategie komunikacji marketingowej dla polskich firm oraz międzynarodowych koncernów. Pracowała m.in. dla Vattenfall Distribution Poland Sp. z o.o, Vattenfall Sales Poland S.A., Tauron Polska Energia S.A, Krakowskiego Holdingu Komunalnego S.A., Park Wodnego Nemo - Wodny Świat, Beskidzkiego Domu Maklerskiego S.A., Centrali Zaopatrzenia Hutnictwa S.A. Ukończyła socjologię na Uniwersytecie Śląskim oraz studia trenerskie w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu. Posiada certyfikat Noble Manhattan Coaching oraz IIC&M International Institute of Coaching & Mentoring.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują zestaw materiałów dydaktycznych przygotowanych przez wykładowców. Są to opracowania autorskie, akty prawne, konspekty oraz zadania do samodzielnego rozwiązywania.

Warunki uczestnictwa

Uczestnikiem studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu, może zostać każda osoba w wykształceniem wyższym (licencjackim, inżynierskim lub magisterskim). O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń.

Aby skorzystać z dofinansowania studiów podyplomowych:

1. Podpisanie umowy wsparcia z regionalnym partnerem projektu (dla woj. opolskiego liderem projektu jest OCRG);
2. Przesłanie formularza zgłoszeniowego za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych. Proszę pamiętać o wpisaniu ID wsparcia (nadanego podczas podpisywania umowy) w przeciwnym razie zapis na studia zostanie odrzucony;
3. Wypełnienie formularza online zapisu na studia podyplomowe dostępnego na stronie: www.merito.pl/rekrutacja/krok1
4. Po zapisie online proszę o kontakt z Biurem Rekrutacji w celu zweryfikowania poprawności wygenerowanych dokumentów. Kontaktując się proszę o podanie hasła: BUR

Informacje dodatkowe

Szczegółowy harmonogram usługi może ulec zmianie.

Cena usługi nie zawiera wymaganej opłaty za wydanie świadectwa ukończenia studiów podyplomowych w kwocie - 30 zł.

Kadra naukowo-dydaktyczna obejmuje więcej osób prowadzących zajęcia niż jest zamieszczonych w karcie usługi.

Szczegółowe informacje na stronie: www.merito.pl/opole/

Warunki techniczne

Zajęcia zdalne prowadzone są za pośrednictwem aplikacji Microsoft Teams w formie pracy zespołowej wykorzystującej czaty, spotkania i rozmowy w wielu oknach, przypięte kanały oraz integrację zadań z aplikacjami. Uczestnicy korzystają z aplikacji Teams w ramach Microsoft Office 365 bezpłatnie. Z aplikacji Teams można korzystać: poprzez przeglądarkę, aplikację instalowaną na komputerze lub mobilną na telefon. Minimalne wymagania sprzętowe: 2 GB RAM, procesor i5, minimalne wymagania dot. parametrów łącza sieciowego: 30 Mbit/s, niezbędne oprogramowanie: system operacyjny: windows min. 7, iOS, linux.

Kontakt



Dział Studiów Podyplomowych

E-mail dsp@opole.merito.pl

Telefon (+48) 77 4019 413