



Uniwersytet WSB
Merito w Toruniu



Branding i Content Marketing - studia podyplomowe

Numer usługi 2024/09/28/5058/2333518

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📚 Studia podyplomowe

🕒 192 h

📅 16.10.2024 do 30.06.2025

6 000,00 PLN brutto

6 000,00 PLN netto

31,25 PLN brutto/h

31,25 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Studia kierowane są do osób odpowiadających za działania wizerunkowe pracodawcy albo 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 są kierowane również do osób biorących udział w projekcie Kierunek - rozwój.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	15-10-2024
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

Usługa "Branding i Content Marketing - studia podyplomowe" potwierdza przygotowanie do efektywnego działania w dynamicznym środowisku marketingowym dzięki kompleksowym umiejętnościom tj. rozwiną swoją kreatywność i twórcze myślenie, odkryją i przećwiczą sposoby tworzenia wartościowych treści realizujących strategię komunikacji marki, poznają najlepsze praktyki brandingowe stosowane na świecie oraz skuteczne i łatwe do zaimplementowania rozwiązania.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się Istotą branding, świadomie buduje wizję marki	zna podstawy budowania marki	Wywiad swobodny
	określa osobowości marki	Wywiad swobodny
	pracuje z archetypami marek	Wywiad swobodny
	określa wizerunek docelowy marki wewnątrz i na zewnątrz organizacji	Test teoretyczny
Posługuje się zagadnieniami Strategii marki	wyznacza kierunki rozwoju marki	Wywiad swobodny
	wyznacza cele metodą SMART	Wywiad swobodny
Tworzy trendy w marketingu i branding	zna mikrotrendy w marketingu małych firm	Test teoretyczny
	Obserwuje Consumer Trend Radar	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Świadectwo studiów podyplomowych zawiera program kierunku wraz ze zrealizowanymi godzinami i punktami ECTS. Absolwent uzyskuje zaświadczenie potwierdzające zdobyte efekty kształcenia.

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

Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych jest wydawane na podstawie uzyskania pozytywnej oceny końcowej zgodnie z Regulaminem Studiów Podyplomowych.

Studia kończą się zaliczeniem na ocenę określonym w karcie kierunku.

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

Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych jest potwierdzeniem uzyskania pozytywnego wyniku z egzaminu końcowego.

Program

Program studiów podyplomowych na kierunku branding i content marketing

Liczba miesięcy nauki: **9**

Liczba godzin: **192 (192 h w formule zdalnej w czasie rzeczywistym)**

Liczba zjazdów: **12**

Liczba semestrów: **2**

Istota branding

(16 godz.)

- 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 godz.)

- 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 godz.)

- 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 godz.)

- 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

Marka w mediach społecznościowych

(16 godz.)

- 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 branding

(16 godz.)

- 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 godz.)

- 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 godz.)

- 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 godz.)

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

Storytelling w budowaniu marki

(16 godz.)

- 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 godz.)

- 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

(16 godz.)

- 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 semestrze

test sprawdzający wiedzę po II semestrze

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.				

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	31,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	31,25 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Krzysztof Wadas

Marketingowiec praktyk, ekonomista, psycholog społeczny i trener biznesu. Laureat nagrody Dyrektor Marketingu Roku 2020/2021 w kategorii zespołowej. Od kilkunastu lat pracuje w biznesie, tworzy strategie marek oraz markami zarządza. Obecnie pełni funkcję Dyrektora ds. Marketingu w Agata S.A., gdzie między innymi odpowiadał za wdrożenie jednej z najbardziej charakterystycznych kampanii reklamowych w Polsce – z Małgorzatą Sochą i Ewą Kasprzyk, która w 2021 roku była nominowana do nagrody Effie. Od wielu lat prowadzi warsztaty z zakresu między innymi strategii marki, reklamy, marketingu. Autor książki „Strategia marki krok po kroku. Czyli jak z marek małych zrobić marki wielkie”.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Podczas zjazdu każdy uczestnik programu otrzymuje komplet materiałów dydaktycznych na platformie MS Teams. Materiały te przygotowują wykładowcy, dostosowując je do specyfiki prowadzonego tematu.

Uczestnicy studiów pracują na platformie MS Teams, to platforma komunikacyjna Uczelni WSB Merito, stworzona w celu ograniczenia formalności oraz ułatwienia przepływu informacji między uczestnikami a uczelnią. Za jej pomocą przez całą dobę i z każdego miejsca na świecie uczestnicy mają dostęp do:

- harmonogramu zajęć,
- materiałów dydaktycznych,
- informacji dotyczących zmian w planach zajęć, ogłoszeń i aktualności.

Warunki uczestnictwa

Uczestnikiem studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu może zostać każda osoba w wykształceniu wyższym (licencjackim, inżynierskim lub magisterskim). O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń.

Informacje dodatkowe

- Szczegółowy harmonogram usługi może ulec zmianie w postaci realizowanych przedmiotów w danym dniu i osób prowadzących. **Zmianie nie ulegają godziny usługi.**
- **Harmonogram zjazdów zostanie upubliczniony na stronach Uczelni**
- **Godziny zajęć podane w harmonogramie są godzinami zegarowymi, zaś ilość godzin programowych jest podana w godzinach dydaktycznych.**

Podpisana umowę z WUP w Toruniu, w ramach projektu Kierunek Rozwój.

Warunki techniczne

Techniczne wymagania do zajęć:

- komputer (z wbudowanymi lub podłączonymi głośnikami i mikrofonem),
- stały dostęp do Internetu,
- słuchawki (opcjonalnie),
- jeśli chcesz aby Cię widziano, możesz użyć kamery umieszczonej w laptopie/komputerze.

Kontakt



Kinga Kołodziej

E-mail kinga.kolodziej@torun.merito.pl

Telefon (+48) 692 816 344