



Studia podyplomowe Zarządzanie Marką – Zarządzanie Marką Pracodawcy – Zarządzanie Marką Osobistą

Numer usługi 2024/12/03/9817/2445439

8 200,00 PLN brutto

8 200,00 PLN netto

46,59 PLN brutto/h

46,59 PLN netto/h

UNIWERSYTET
ŚLĄSKI W
KATOWICACH

★★★★★ 4,7 / 5

12 ocen

📍 Katowice / mieszana (stacjonarna połączona z usługą
zdalną w czasie rzeczywistym)

🎓 Studia podyplomowe

🕒 176 h

📅 15.03.2025 do 30.04.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie zasobami ludzkimi
Grupa docelowa usługi	Kandydaci Studia adresowane są do absolwentów studiów I stopnia, II stopnia i studiów wyższych.
Minimalna liczba uczestników	13
Maksymalna liczba uczestników	25
Data zakończenia rekrutacji	28-02-2025
Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	176
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 2024 r. poz. 1571, z późn. zm.)
Zakres uprawnień	prowadzenie studiów podyplomowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem kształcenia jest zdobycie umiejętności do wykonywania zawodu profesjonalnych brand managerów oraz doradców ds. wizerunku, którzy potrafią stworzyć i wdrożyć strategię wizerunkową marki firmy i osoby. Studia dostarczają kumulację wiedzy dotyczącą zarządzania marką, zarządzania marką pracodawcy, zarządzania marką osobistą.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Ma specjalistyczną, nowoczesną wiedzę na temat stosowanych procedur oraz metod, technik i narzędzi wykorzystywanych do kreowania kapitału marki i budowy jej wartości, P7S_WG	Potrafi zaprojektować kampanię promocyjną i wizerunkową marki	Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Ma pogłębioną wiedzę w zakresie aspektów prawnych budowania i ochrony marki osoby, marki firmy i marki pracodawcy, P7S_WG	Potrafi przygotować kampanię promocyjną i wizerunkową marki zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi	Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Ma wiedzę dotyczącą zasad savoir-vivre biznesowego i sztuki dyplomacji, P7S_WG, P7S_WK	Potrafi skutecznie budować swój wizerunek marki, wizerunek biznesowy. Potrafi wykorzystać wiedzę i umiejętności z zakresu sztuki dyplomacji podczas spotkań biznesowych, jako elementem zarządzania marką osobistą oraz marką pracodawcy	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
Ma wiedzę w zakresie poprawnej komunikacji interpersonalnej w tym mowy niewerbalnej, P7S_WG, P7S_WK	Potrafi skutecznie budować swój wizerunek marki, wizerunek biznesowy. Potrafi wykorzystać wiedzę i umiejętności z komunikacji interpersonalnej w środowisku zawodowym oraz podczas spotkań biznesowych, jako element zarządzania marką osobistą oraz marką pracodawcy	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
Zna i rozumie wykorzystanie narzędzi content marketingu, P7S_WK	Potrafi przygotować content do social mediów (posty, rolki, filmy) stosując storytelling, wysoką jakość grafik przygotowanych np. w programie Canva.	Prezentacja
		Wywiad swobodny
Potrafi myśleć kreatywnie i strategicznie, a zwłaszcza potrafi zbudować profesjonalny biznesowy wizerunek osoby, firmy i pracodawcy, a także potrafi pracować nad rozwojem marki osobistej w rzeczywistości społecznej oraz w mediach społecznościowych, P7S_UW	Potrafi przygotować content do social mediów (posty, rolki, filmy) stosując storytelling, wysoką jakość grafik przygotowanych np. w programie Canva. Potrafi skutecznie budować swój wizerunek marki, wizerunek biznesowy.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Prezentacja
		Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posiada umiejętność autoprezentacji i autopromocji w środowisku biznesowym, również przed kamerą, P7S_UW, P7S_UK	Potrafi przygotować swoje nagranie (rolka, film), opracować wizerunkową oraz promocyjną treść wystąpienia.	Obserwacja w warunkach symulowanych
<p>Potrafi planować i realizować kampanie promocyjne i wizerunkowe oraz umie segmentować, targetować, pozycjonować i dokonać pomiaru działań brandingowych. Potrafi korzystać z narzędzi content marketingu, P7S_UW</p> <p>Potrafi tworzyć treści wizerunkowe i promocyjne w Internecie i social mediach, w tym potrafi wykorzystać storytelling do tworzenia treści promocyjnych i wizerunkowych – osoby, marki i pracodawcy, P7S_UW, P7S_UK</p> <p>Ma umiejętność budowania strategii marki, marki pracodawcy i marki osoby, a także zarządzania ww. markami z wykorzystaniem profesjonalnych narzędzi, P7S_UW</p>	<p>Przygotowuje strategie kampanii promocyjnych i wizerunkowych w mediach.</p> <p>Potrafi przygotować content do social mediów (posty, rolki, filmy).</p> <p>Potrafi analizować skuteczność prowadzonych kampanii.</p>	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
		Wywiad ustrukturyzowany
	<p>Przygotowuje strategie kampanii promocyjnych i wizerunkowych w mediach.</p> <p>Potrafi wykonać zdjęcia wykorzystywane w contentach marketingowych.</p> <p>Potrafi przygotować content do social mediów (posty, rolki, filmy) stosując storytelling, wysoką jakość grafik przygotowanych np. w programie Canva.</p>	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
		Wywiad ustrukturyzowany
<p>Słuchacz studiów podyplomowych posiada kompetencje odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: rozwijania dorobku zawodu, podtrzymywania etosu zawodu, przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad, P6S_KR</p>	<p>Potrafi dostosować swoją pracę, zadania, działania do zmieniającego się otoczenia społeczno-gospodarczego.</p>	Wywiad swobodny
<p>Słuchacz studiów podyplomowych posiada kompetencje myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, P6S_KO</p>	<p>Potrafi tworzyć nowe projekty zawodowe</p>	Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik studiów podyplomowych rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonalenia umiejętności, wyznacza kierunki własnego rozwoju i kształcenia, P6S_KK</p>	<p>Potrafi dokonać analizy swoich mocnych i słabych stron oraz wyznaczyć kierunki własnego rozwoju zawodowego</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
<p>Słuchacz studiów podyplomowych ma kompetencje służące budowaniu przywództwa, zarządzania zespołem i zarządzania czasem. Jest zdolny do zorganizowanej pracy w zespole i do przyjmowania w niej różnych ról. Jest zdolny do określenia priorytetów oraz do samodzielnego planowania i organizowania swoich działań oraz działań zespołu. Doskonalenia swoje umiejętności interpersonalne, P6S_KO, P6S_KR</p>	<p>Zna modele przywództwa, potrafi zarządzać sobą i pracownikami w czasie aby efektywnie realizować wyznaczone cele. Potrafi pracować w zespole w każdej roli. Potrafi zaplanować i zorganizować działania dla siebie oraz dla zespołu określając priorytety pracy oraz cele</p>	<p>Wywiad swobodny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

TAK

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

TAK

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

TAK

Program

Czas trwania:

Semestry: 2

Liczba godzin: 176

1 godzina dydaktyczna = 1 godzina akademicka (45 minut)

Organizacja zajęć:

Zajęcia będą się odbywać w zależności od wybranej formy zajęć, albo stacjonarnie w nowoczesnych wnętrzach Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach z wykorzystaniem urządzeń audiowizualnych, albo w formie online na platformie MS Teams.

Grupa 1 – sobota lub niedziela co dwa tygodnie w formie stacjonarnej (z możliwością udziału w 1 zjeździe w formule online w semestrze).

Wykaz treści realizowanych podczas studiów:

- Specyfika zarządzania marką, czyli jak budować przewagę konkurencyjną i wyróżnić się na tle innych - 8 h, 1 punkt ECTS
- Strategia komunikacji marki - 5 h, 1 punkt ECTS
- Przygotowanie, prewencja i zarządzanie komunikacją kryzysową marki - 3 h, 2 punkty ECTS
- Marketing STP - 4 h, 1 punkt ECTS
- Warsztaty fotografii - jakość zdjęć a wizerunek marki - 6 h, 1 punkt ECTS
- Prawne aspekty budowania i ochrony marki - 8 h, 1 punkt ECTS
- Storytelling - wykorzystanie do celów marketingowych - 8 h, 2 punkty ECTS
- Content marketing - warsztaty tworzenia treści promocyjnych i wizerunkowych marki - 10 h, 2 punkty ECTS
- Video marketing w social media - 6 h, 2 punkty ECTS
- Kreowanie wizerunku marki oraz kreowanie wizerunku medialnego - 8 h, 1 punkt ECTS
- Projektowanie kampanii promocyjnych i wizerunkowych marki - 8 h, 2 punkty ECTS
- Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) - 6 h, 1 punkt ECTS
- Design thinking - 6 h, 1 punkt ECTS
- Pomiar działań brandingowych - 6 h, 2 punkty ECTS
- Warsztaty stylizacji biznesowej - 12 h, 1 punkt ECTS
- Warsztaty wizażu i pielęgnacji (dla kobiet i mężczyzn) - 4 h, 1 punkt ECTS
- Sztuka wystąpień publicznych – jak mówić aby nas słuchali - 8 h, 1 punkt ECTS
- Kultura języka - 6 h, 1 punkt ECTS
- Trening wystąpień publicznych przed kamerą - 12 h, 2 punkty ECTS
- Zarządzanie stresem i emocjami - 6 h, 1 punkt ECTS
- Trening komunikacji interpersonalnej - 8 h, 1 punkt ECTS
- Personal branding - 6 h, 1 punkt ECTS
- Sztuka dyplomacji i współczesny savoir-vivre - 6 h, 1 punkt ECTS
- Employer branding zewnętrzny - 6 h, 1 punkt ECTS
- Employer branding wewnętrzny i talent management - 10 h, 2 punkty ECTS

Dokument ukończenia studiów:

1. świadectwo ukończenia studiów podyplomowych wydane przez Uniwersytet Śląski w Katowicach
2. zaświadczenie o uzyskanych kompetencjach wraz z opisem efektów uczenia się oraz przeprowadzonej walidacji.

I semestr zakończy się 14.06.2025 i nastąpi przerwa wakacyjna. Kolejny semestr rozpocznie się od października 2025. Szczegółowy harmonogram zajęć w semestrze II zostanie opublikowany zgodnie z regulaminem BUR.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 32

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 32 Specyfika zarządzania marką, czyli jak budować przewagę konkurencyjn ą i wyróżnić się na tle innych	-	16-03-2025	10:15	16:00	05:45	Tak
2 z 32 Strategia komunikacji marki	-	29-03-2025	09:00	12:45	03:45	Tak
3 z 32 Przygotowani e, prewencja i zarządzanie komunikacją kryzysową marki	-	29-03-2025	14:00	16:00	02:00	Tak
4 z 32 Marketing STP	-	06-04-2025	09:00	12:00	03:00	Tak
5 z 32 Warsztaty fotografii- jakość zdjęć a wizerunek marki	-	06-04-2025	12:30	17:30	05:00	Tak
6 z 32 Projektowanie kampanii promocyjnych i wizerunkowyc h marki	-	13-04-2025	09:00	15:30	06:30	Tak
7 z 32 Warsztaty stylizacji biznesowej	-	26-04-2025	09:00	18:30	09:30	Tak
8 z 32 Warsztaty wizażu i pielęgnacji (dla kobiet i mężczyzn)	-	11-05-2025	09:00	12:00	03:00	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
9 z 32 Employer branding zewnętrzny	-	11-05-2025	12:15	17:00	04:45	Tak
10 z 32 Storytelling- wykorzystanie do celów marketingowych	-	17-05-2025	09:00	15:30	06:30	Tak
11 z 32 Kreowanie wizerunku marki oraz kreowanie wizerunku medialnego	-	31-05-2025	09:00	15:30	06:30	Tak
12 z 32 Content Marketing- warsztaty tworzenia treści promocyjnych i wizerunkowych marki	-	07-06-2025	09:00	17:00	08:00	Tak
13 z 32 Employer branding wewnętrzny i talent management	-	14-06-2025	09:00	17:00	08:00	Tak
14 z 32 ROZPOCZĘCIE II SEMESTRU	-	15-10-2025	08:00	17:00	09:00	Tak
15 z 32 Trening komunikacji interpersonalnej	dr Joanna Mercik	18-10-2025	09:00	12:00	03:00	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
16 z 32 Sztuka wystąpień publicznych- jak mówić, aby nas słuchali	dr Katarzyna Juszczyk, prof. UŚ, EMBA	18-10-2025	13:15	16:30	03:15	Tak
17 z 32 Sztuka dyplomacji i współczesny savoir-vivre	Leszek Kazimierski	19-10-2025	09:00	14:00	05:00	Tak
18 z 32 Sztuka wystąpień publicznych- jak mówić, aby nas słuchali	dr Katarzyna Juszczyk, prof. UŚ, EMBA	19-10-2025	14:30	18:00	03:30	Tak
19 z 32 Zarządzanie stresem i emocjami	dr Małgorzata Kmak	25-10-2025	09:00	14:00	05:00	Tak
20 z 32 Prawne aspekty budowania i ochrony marki	dr hab. Marlena Jankowska-Augustyn, prof. UŚ	25-10-2025	14:30	18:00	03:30	Tak
21 z 32 Kultura języka	dr hab. Sylwia Sojda	08-11-2025	09:00	14:00	05:00	Tak
22 z 32 Design thinking	dr Magdalena Christ, prof. UŚ	08-11-2025	14:30	17:15	02:45	Tak
23 z 32 Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)	dr hab. Grzegorz Gawron, prof. UŚ	09-11-2025	09:00	15:00	06:00	Tak
24 z 32 Video marketing w social media	Ewa Rogala	15-11-2025	09:00	14:00	05:00	Tak
25 z 32 Design thinking	dr Magdalena Christ, prof. UŚ	15-11-2025	14:30	17:15	02:45	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
26 z 32 Personal branding	dr Dorota Prysak	13-12-2025	09:00	14:00	05:00	Tak
27 z 32 Trening wystąpień publicznych przed kamerą	dr Dorota Prysak	13-12-2025	14:30	18:00	03:30	Tak
28 z 32 Pomiar Działań brandingowych	Bogusław Frużyński	10-01-2026	09:00	15:00	06:00	Tak
29 z 32 Prawne aspekty budowania i ochrony marki	dr hab. Marlena Jankowska-Augustyn, prof. UŚ	11-01-2026	09:00	12:00	03:00	Tak
30 z 32 Trening komunikacji interpersonalnej	dr Joanna Mercik	11-01-2026	12:30	17:00	04:30	Tak
31 z 32 Personal branding	dr Dorota Prysak	17-01-2026	09:00	14:00	05:00	Tak
32 z 32 Trening wystąpień publicznych przed kamerą	dr Dorota Prysak	17-01-2026	14:30	18:00	03:30	Tak

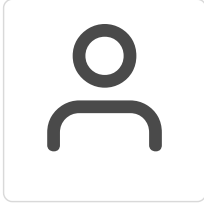
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	8 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	8 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	46,59 PLN

Prowadzący

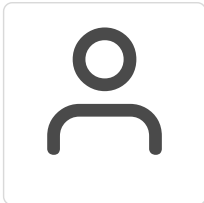
Liczba prowadzących: 12



1 z 12

dr Katarzyna Juszczyk, prof. UŚ, EMBA

Kierownik studiów podyplomowych absolwentka studiów Executive MBA Gdańskiej Fundacji Kształcenia Menedżerów. Ukończyła szkolenie „Soft skills” w Uniwersytecie Wageningen w Holandii. Specjalizuje się w wystąpieniach publicznych, komunikacji interpersonalnej, treningu liderkim oraz prowadzi cykl spotkań z Liderami – business meetings, w ramach studiów podyplomowych prowadzi zajęcia od 2018 roku do nadal. W ostatnich pięciu latach prowadząca zdobyła doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.



2 z 12

dr Joanna Mercik

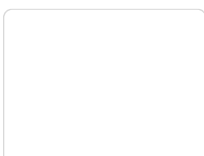
Doktorka nauk humanistycznych, historyczka i socjolożka specjalizująca się w reklamie i komunikacji społecznej. Wieloletnia stypendystka Uniwersytetu Śląskiego otrzymała dyplom Absolwenta Roku. Wykładowca akademicki, dydaktyk, certyfikowany tutor, szkoleniowiec z zakresu rozwoju osobistego i nowoczesnej edukacji, doradca w dziedzinie promocji i kreowania wizerunku. Adiunkt w Instytucie Historii Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Prowadziła gościnie zajęcia z psychologii społecznej, reklamy i PR w Wyższej Szkole Mechatroniki w Katowicach oraz w Wyższej Szkole Humanitas w Sosnowcu. Autorka licznych artykułów naukowych i uczestniczka wielu konferencji. Prywatnie mama trójki córek, miłośniczka gier planszowych i literatury hiszpańskiej. Video marketing w social mediach – Video jest obecnie najskuteczniejszą formą komunikacji w internecie, a social media bez formatu video nie osiągnęły by tak dużego sukcesu. Komunikat podany łatwo, szybko, sprawnie i w przyjemnym opakowaniu skuteczniej angażuje uwagę odbiorcy potrzebną do zrozumienia przekazu. Ogromną zaletą tej formy dystrybucji treści są stosunkowo niskie koszty. W czasie zajęć poznamy narzędzia wykorzystywane w video marketingu, proces tworzenia treści ich publikowania i zarządzania przygotowanym contentem. Prowadzi zajęcia z wybranej tematyki od 2008 roku do nadal. W ostatnich pięciu latach prowadząca zdobyła doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.



3 z 12

dr Małgorzata Kmak

Dr nauk humanistycznych, politolog, nauczyciel, wykładowca, trener. Specjalistka z zakresu zarządzania emocjami i stresem. Absolwentka Wydziału Nauk Politycznych Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie. Jest autorką programów szkoleniowych, materiałów dydaktycznych i akademickich z zakresu rozwoju osobistego, motywacji, komunikacji interpersonalnej, zarządzania czasem. Jej pasją są ludzie a dydaktyka i jakość kształcenia stanowią obszar szczególnych zainteresowań. Prowadzi zajęcia z danej tematyki od 2015 roku do nadal. W ostatnich pięciu latach prowadząca zdobyła doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.



4 z 12

dr hab. Marlena Jankowska-Augustyn, prof. UŚ



Doktor habilitowany nauk prawnych; adwokat; profesor uczelni na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach (Lider zespołów badawczych: Prawne uwarunkowania designu i mody oraz Prawo informatyczne) oraz dyrektor Centrum Prawa Designu, Mody i Reklamy w tej samej uczelni (lawinstyle.us.edu.pl); profesor Instytutu w Polskiej Akademii Nauk; dyrektor Działu Własności Intelektualnej w kancelarii Pawełczyk. Kancelaria Prawna. Radcowie Prawni i Adwokaci; dyrektor butikowego wydawnictwa naukowego Instytutu Prawa Gospodarczego Sp. z o.o.; Prezes fundacji Instytut Własności Intelektualnej (IIP, iip.edu.pl) w Katowicach. Absolwentka studiów podyplomowych w Instytucie Prawa Własności Intelektualnej UJ z zakresu prawa autorskiego, prasowego i wydawniczego. Absolwentka Podyplomowych Studiów Zarządzania Marką w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie z oceną celującą na dyplomie. Stypendystka Rządu Australii (Uniwersytet Technologiczny w Sydney, Endeavour Research Fellowship). Visiting Research Fellow przy Chinese-German Institute for Intellectual Property at Huazhong University of Science and Technology/HUST (Chiny, 2017-2020). Członek Grupy Eksperckiej przy Komisji Europejskiej zajmującej się odpowiedzialnością prawną za nowe technologie (2018-2019). Członek Komisji Prawa Autorskiego przy Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego. W ostatnich pięciu latach prowadząca zdobyła doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.



5 z 12

dr hab. Sylwia Sojda

Językoznawczyni, lektorka języka polskiego jako obcego, slawistka, tutorka. Akredytację tutorską zdobyła w Collegium Wratislaviense, uczestniczka Szkoły Trenerów Biznesu Akademii SET, absolwentka studiów podyplomowych „LIDER- kreowanie przywództwa i rozwoju zawodowego” w Uniwersytecie Śląskim w Katowicach. Z zamiłowaniem przekazuje wiedzę z zakresu kultury języka, w tym tę o poprawnym posługiwaniu się współczesną polszczyzną. Prowadzi zajęcia z danej tematyki od 2005 roku do nadal. W ostatnich pięciu latach prowadząca zdobyła doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.



6 z 12

dr Magdalena Christ, prof. UŚ

Doktor nauk społecznych w zakresie pedagogiki. Adiunkt w Instytucie Pedagogiki na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Autorka publikacji o charakterze naukowym i popularnonaukowym o tematyce edukacyjnej. Entuzjastka pedagogiki alternatywnej, myślenia wizualnego, tutoring, metody design thinking i innych innowacyjnych metod i form edukacji. Realizatorka autorskich modułów w pracy ze studentami z zakresu pedagogiki przygody (outdoor and adventure education), zastosowania teatru cieni w edukacji, indywidualizacji procesu kształcenia, myślenia wizualnego, tutoring, treningu uważności (Mindfulness), grywalizacji/gamifikacji (moduł: Zagrajmy w naukę – gry i grywalizacja), zastosowania metody design thinking w edukacji (Warsztat design thinking w j. polskim oraz w j. angielskim). Zdobywczyni Innovative Teaching Award 2023 sojuszu Transform4Europe. Trenerka studenckiej drużyny Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, która zdobyła w maju 2024 Mistrzostwo Świata Odysei Umysłu w studenckiej grupie wiekowej, w wybranym problemie długoterminowym (Iowa State University, Ames, USA). Zdobywczyni wraz z zespołem I miejsca oraz nagrody publiczności w ramach programu Spin Business Accelerator. Prowadzi zajęcia z danej tematyki od 2008 roku do nadal. W ostatnich pięciu latach prowadząca zdobyła doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.



7 z 12

Bogusław Frużyński

Ponad 10 lat doświadczenia w marketingu cyfrowym, e-commerce, branding, branding oraz strategii. Zarówno w biznesie B2C, jak i B2B. Od firm rodzinnych po największe światowe korporacje m.in.: Saint-Gobain, HeidelbergCement, Office Shoes, Dr Irena Eris. Wspiera rozwój sklepów internetowych,

firm działających w modelu SaaS oraz sieci retail B2C, które stawiają na omnichannel. W ostatnich pięciu latach prowadzący zdobył doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.



8 z 12

Ewa Rogala

Strateg Biznesowy | Praktyk i specjalistka w Marketingu Online i Social Media | Mentorka Wideomarketingu i Innowacji AI w HoReCa | Członkini Alliance Business Connect (ABC). - Budowanie wielokanałowych strategii sprzedażowych.

- Prowadzenie skutecznych kampanii Google Ads w branżach HoReCa, beauty i medycznej.
- Wdrażanie systemów zarządzania danymi opartych na Power BI.
- Organizacja eventów i rozwój rentowności obiektów hotelarskich.
- Szkolenia z wideomarketingu oraz integracji AI w działaniach marketingowych.
- Występuję jako ekspertka na wydarzeniach branżowych.

W ostatnich pięciu latach prowadząca zdobyła doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.



9 z 12

dr hab. Grzegorz Gawron, prof. UŚ

Doktor socjologii. Adiunkt w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Autor i redaktor publikacji z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), społecznego zastosowania designu (Design for All, Universal Design), koprodukcji usług publicznych, produktywności osób starszych. Autor i konsultant regionalnych i lokalnych dokumentów strategicznych, głównie z zakresu polityki rozwojowej i społecznej. Ekspert Uniwersytetu Śląskiego ds. projektowania uniwersalnego (projekty: „DUO – Uniwersytet Śląski uczelnią dostępną, uniwersalną i otwartą” i „UNIWERS-US. Kadra Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach dla projektowania uniwersalnego”). Ekspert Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej w zakresie wdrażania programów krajowych (ASOS, Senior +). Konsultant ds. starzenia Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) oraz członek międzynarodowego zespołu badawczego przy WHO – Centre for Health Development in Kobe. W ostatnich pięciu latach prowadzący zdobył doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.



10 z 12

Leszek Kazimierski

Dyplomata oraz wykładowca w Katedrze Unesco na Uniwersytecie Jagiellońskim. Trener, doradca, menedżer projektów szkoleniowych i doradczych dla wielu znanych firm i korporacji. Autor fachowych artykułów i porad w czasopismach branżowych i popularnych periodykach oraz autor książek z zakresu sztuki wystąpień publicznych, savoir-vivre'u, protokołu dyplomatycznego i autoprezentacji, w ramach studiów podyplomowych prowadzi zajęcia od 2018 roku do nadal. W ostatnich pięciu latach prowadząca zdobyła doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.



11 z 12

dr hab. Dorota Sieroń, prof. UŚ

Tematyka badawcza: komparatystyka literacka i kulturowa, literatura dokumentu osobistego, edukacja kulturalna, procesy formacyjne, kulturotwórcza i formacyjna rola wzorców osobowych, zarządzanie instytucjami kultury. W ostatnich pięciu latach prowadząca zdobyła doświadczenie w zakresie prowadzenia zajęć dydaktycznych.

12 z 12

dr Dorota Prysak



Adiunkt w Zakładzie Pedagogiki Specjalnej na Wydziale Etnologii i Nauk o Edukacji w Cieszynie Uniwersytetu Śląskiego, nauczyciel Zespołu Szkół nr 3 Specjalnych, pedagog, oligofrenopedagog, socjoterapeuta, asystent psychodramy. Obszar zainteresowań naukowych; funkcjonowanie społeczne oraz edukacja i rehabilitacja osób niepełnosprawnych, wsparcie profesjonalistów i osób stykających się z swą pracą z niepełnosprawnymi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymają materiały dydaktyczne w postaci: prezentacji z zajęć, plików PDF, linków

Informacje dodatkowe

Organizator zapewnia rozdzielność walidacji od procesu kształcenia. Walidacja efektów uczenia się odbywa się na podstawie przygotowanej przez uczestników studiów pracy dyplomowej i nie pobiera się za nią opłaty.

Uczestnicy są przygotowani do pełnienia **średnich i wyższych funkcji zarządczych** w organizacji, na stanowisku Brand Managera i stanowiskach pokrewnych: Assistant Brand Manager, Junior/Senior Brand Manager, Category (Brand) Manager, CMO – Chief Marketing Officer, CEO – Chief Executive Officer, Brand Designer, Social Media Manager, Content Designer, Specjalista ds. Personal Brandingu, Kierownika ds. Zarządzania Marką, Kierownika Marki, Menedżera ds. marki, Opiekuna Marki, Konsultanta Strategicznego, Specjalisty ds. zarządzania marką, Doradcy ds. wizerunku, Specjalisty ds. zarządzania marką osobistą, Rzecznika prasowego, Kierownika ds. marketingu, Dyrektora ds. marketingu, Dyrektora zarządzającego, a także do prowadzenia **własnej działalności gospodarczej i kreowania marki**

Warunki techniczne

Zajęcia w formule zdalnej będą prowadzone przez aplikację usługi Microsoft Teams oraz stacjonarnie w Uniwersytecie Śląskim w Katowicach.

W przypadku zajęć w formule zdalnej uczestnik studiów otrzymuje dostęp wraz z kontem w aplikacji Microsoft Teams. Konieczne jest posiadanie przez uczestnika dostępu do urządzenia, na którym będzie mógł uczestniczyć w zajęciach (np. komputer, laptop czy tablet) wraz z dostępem do internetu.

Uczestnik ma możliwość uczestniczenia w każdym semestrze **w jednym zjeździe** w formule zdalnej. Istnieje również możliwość uczestniczenia we wszystkich zajęciach stacjonarnie.

Szczegółowy podział zajęć zostanie opublikowany w harmonogramie studiów podyplomowych zgodnie z zapisami regulaminu BUR.

Adres

ul. Bankowa 11
40-007 Katowice
woj. śląskie

Kontakt

Paweł Ziegler

E-mail pawel.ziegler@us.edu.pl



Telefon (+48) 513 383 312