



UNIwersytet
Śląski w
KATOWICACH



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

Numer usługi 2024/12/03/9817/2445439

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

📖 Studia podyplomowe

🕒 176 h

📅 15.02.2025 do 15.02.2026

8 200,00 PLN brutto

8 200,00 PLN netto

46,59 PLN brutto/h

46,59 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie zasobami ludzkimi
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
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	10-02-2025
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 2023 r. poz. 742, z późn. zm.)
Zakres uprawnień	prowadzenie studiów podyplomowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem kształcenia jest dostarczenie na rynek 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	Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, takich jak: • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje.	Prezentacja
Ma pogłębioną wiedzę w zakresie aspektów prawnych budowania i ochrony marki osoby, marki firmy i marki pracodawcy, P7S_WG	Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą projektu grupowego.	Prezentacja
Ma wiedzę dotyczącą zasad savoir-vivre biznesowego i sztuki dyplomacji, P7S_WG, P7S_WK	Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, takich jak: • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje.	Prezentacja
Ma wiedzę w zakresie poprawnej komunikacji interpersonalnej w tym mowy niewerbalnej, P7S_WG, P7S_WK	Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą pracy w grupach.	Prezentacja
Zna i rozumie wykorzystanie narzędzi content marketingu, P7S_WK	Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą projektu grupowego.	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>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</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje. 	<p>Prezentacja</p>
<p>Posiada umiejętność podejmowania decyzji o charakterze strategicznym, taktycznym i operacyjnym w obszarze kreowania oferty przedsiębiorstwa i budowy kapitału marki (korporacyjnej, produktowej, osobistej), P7S_UW</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, m.in. takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje. 	<p>Prezentacja</p>
<p>Posiada umiejętność podejmowania decyzji o charakterze strategicznym, taktycznym i operacyjnym w obszarze kreowania oferty przedsiębiorstwa i budowy kapitału marki (korporacyjnej, produktowej, osobistej). P7S_UW</p> <p>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, m.in. takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje. <p>Wykazuje się zdolnością analitycznego myślenia i przewidywania, w tym zdolnością określania potrzeb informacyjnych organizacji, analizy informacji oraz jej kreatywnego wykorzystania w procesach zarządczych dotyczących marki, P7S_UW</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, m.in. takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje 	<p>Prezentacja</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Potrafi zachować się wg. zasad <i>savoir-vivre</i> biznesowego, a także ma umiejętność autoprezentacji i autopromocji w środowisku biznesowym, również przed kamerą, P7S_UW, P7S_UK</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje. 	<p>Prezentacja</p>
<p>Wykazuje gotowość do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i 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>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, m.in. takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, 7 • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje <p>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, m.in. takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje 	<p>Prezentacja</p> <p>Prezentacja</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>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje. 	<p>Prezentacja</p>
<p>Potrafi zaplanować własny rozwój i rozwój innych osób, P7S_UU</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą pracy w grupach.</p>	<p>Prezentacja</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Potrafi zorganizować swoją pracę i pracować w zespole, a także potrafi zarządzać stresem i emocjami, P7S_UO</p> <p>Posiada umiejętności komunikowania się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, P7S_UK</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą pracy w grupach.</p> <p>Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą pracy w grupach</p>	<p>Prezentacja</p> <p>Prezentacja</p>
<p>Potrafi wypowiadać się poprawną polszczyzną, a także umie wykorzystać wiedzę z zakresu komunikacji werbalnej i niewerbalnej, P7S_UK</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą pracy w grupach</p>	<p>Prezentacja</p>
<p>Ma świadomość doniosłości społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), P7S_KO</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane podczas dyskusji na zajęciach</p>	<p>Prezentacja</p>
<p>Charakteryzuje się zaangażowaniem oraz poczuciem odpowiedzialności w środowisku pracy i jest otwarty na poglądy innych osób, P7S_KO</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane podczas dyskusji na zajęciach.</p>	<p>Prezentacja</p>
<p>Charakteryzuje się zaangażowaniem oraz poczuciem odpowiedzialności w środowisku pracy i jest otwarty na poglądy innych osób, P7S_KO</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane podczas dyskusji na zajęciach.</p>	<p>Prezentacja</p>
<p>Wykazuje gotowość do świadomego rozwoju zawodowego, zarówno poprzez wykorzystanie autocoachingu, jak i krytyczne śledzenie nowych trendów, P7S_KR</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane podczas dyskusji na zajęciach</p>	<p>Prezentacja</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Wykazuje gotowość do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu, P7S_KK</p>	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane podczas dyskusji na zajęciach.</p>	<p>Prezentacja</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

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.

Grupa 2 – sobota lub niedziela co dwa tygodnie w formie online.

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.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

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

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: 1



1 z 1

dr Katarzyna Juszczyk, prof. UŚ, EMBA

Kierownik studiów podyplomowych

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.

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 osobistej**.

Warunki techniczne

Sale dydaktyczne dostosowane są do potrzeb prowadzenia zajęć.

Adres

ul. Bankowa 11
40-007 Katowice
woj. śląskie

Kontakt



Natalia Niedźwiedź



E-mail natalia.niedzwiedz@us.edu.pl

Telefon (+48) 537 864 895