



## Branding i Content Marketing

Numer usługi 2025/04/03/7405/2667451

6 150,00 PLN brutto

6 150,00 PLN netto

31,70 PLN brutto/h

31,70 PLN netto/h

Uniwersytet WSB  
Merito w Poznaniu

★★★★☆ 4,4 / 5

619 ocen

📖 Studia podyplomowe

📄 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 194:00 h

📅 25.10.2025 do 14.06.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Studia są skierowane osób odpowiadających za działania wizerunkowe pracodawcy albo pragnących rozpocząć karierę w agencjach reklamowych, brandingowych, działach komunikacji i marketingu firm lub jednostek administracji publicznej.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	18
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	25
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	19-10-2025
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	194
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	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.)
<b>Zakres uprawnień</b>	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.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje istotę marki, jej znaczenie w strategii firmy oraz wpływ na pozycjonowanie firmy (lub produktu) na rynku.	Definiuje kluczowe pojęcia z zakresu brandingów oraz content marketingu. Wynik egzaminu końcowego.	Test teoretyczny
	Opisuje proces budowania marki, zna metodykę kształtowania wizerunku marki oraz determinanty skuteczności działań brandingowych.	Test teoretyczny
Projektuje plany komunikacji marki i wartościuje informacje w kontekście brandingów i dostosowuje przekaz kanału komunikacji.	Rozróżnia specyfikę mediów społecznościowych oraz zasady efektywnej komunikacji w serwisach społecznościowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Projektuje treści marketingowe w różnych formach.	Test teoretyczny
Uzasadnia przyjmowane strategie i sposoby działania.	Prawidłowo reaguje w sytuacji kryzysu wizerunkowego marki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozwiązuje problemy z otoczeniem i jest zorientowany na ochronę wizerunku marki, którą reprezentuje.	Test teoretyczny

## 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

## Istota brandingu (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

#### Egzamin (2 godz.)

\_\_\_\_\_

#### INFORMACJE DODATKOWE:

- **Czas trwania studiów (liczbę semestrów):** 2 semestry
- **Liczbę możliwych do zdobycia punktów ECTS:** 30 pkt. ECTS
- **Liczbę godzin:** 194 godzin (lekcyjnych) 65 godzin praktycznych i 129 teoretycznych
- **Harmonogram uwzględnia przerwy.** Na wniosek uczestników lub prowadzącego przerwy o planowanej długości mogą odbyć się innych niż zaplanowano pierwotnie godzinach, może mieć to związek z tokiem zajęć lub różną intensywnością realizowanych zajęć.
- **Informację o sposobie walidacji:** Test semestralny i końcowy
- **Rodzaj dokumentu potwierdzającego ukończenie studiów:** Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych
- Szczegółowy harmonogram zajęć **może ulec modyfikacjom** w zakresie realizowanych przedmiotów oraz osób realizujących zajęcia. Zmianie nie ulegają: terminy zjazdów oraz łączna liczba godzin dydaktycznych w ramach studiów podyplomowych.
- **Harmonogram zjazdów zostanie opublikowany** na stronie internetowej uczelni i w Bazie Usług Rozwojowych (BUR) **co najmniej 2 tygodnie przed rozpoczęciem zajęć.**
- Godziny zajęć w harmonogramie podawane są jako godziny zegarowe z uwzględnieniem przerw. **Liczba godzin w programie podawana jest w godzinach dydaktycznych.**

#### ORGANIZACJA ZJAZDÓW:

Zjazdy odbywają się średnio jeden lub dwa razy w miesiącu:

- **sobota** w godzinach **8:00–18:00**,
- **niedziela** w godzinach **8:00–18:00**,
- w **wyjątkowych sytuacjach** zajęcia mogą odbyć się również w **piątek** w godzinach **16:00-21:00**.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 26

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 26</b> Istota brandingu	Kamila C. Mních	25-10-2025	09:00	15:30	06:30
<b>2 z 26</b> Istota brandingu	Kamila C. Mních	26-10-2025	09:00	15:30	06:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 26 Strategia marki	Krzysztof Wadas	15-11-2025	09:00	15:30	06:30
4 z 26 Strategia marki	Krzysztof Wadas	16-11-2025	09:00	15:30	06:30
5 z 26 Psychologia marki	Kamila C. Mních	29-11-2025	09:00	15:30	06:30
6 z 26 Psychologia marki	Kamila C. Mních	30-11-2025	09:00	15:30	06:30
7 z 26 Komunikacja marki	Jacek Lipski	13-12-2025	09:00	15:30	06:30
8 z 26 Komunikacja marki	Jacek Lipski	14-12-2025	09:00	15:30	06:30
9 z 26 Marka w mediach społecznościowych	Marcin Woźniak	24-01-2026	09:00	15:30	06:30
10 z 26 Marka w mediach społecznościowych	Marcin Woźniak	25-01-2026	09:00	15:30	06:30
11 z 26 Relacje z mediami	Anna Przybysz	07-02-2026	09:00	15:30	06:30
12 z 26 Relacje z mediami	Anna Przybysz	08-02-2026	09:00	15:30	06:30
13 z 26 Test semestralny	-	28-02-2026	08:00	09:00	01:00
14 z 26 Content marketing jako narzędzie budowania marki	Kamila C. Mních	28-02-2026	09:15	15:45	06:30
15 z 26 Content marketing jako narzędzie budowania marki	Kamila C. Mních	01-03-2026	09:00	15:30	06:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>16 z 26</b> Content video	Oskar Rak	14-03-2026	09:00	15:30	06:30
<b>17 z 26</b> Content video	Oskar Rak	15-03-2026	09:00	15:30	06:30
<b>18 z 26</b> Storytelling w budowaniu marki	Adam Pioch	28-03-2026	09:00	15:30	06:30
<b>19 z 26</b> Storytelling w budowaniu marki	Adam Pioch	29-03-2026	09:00	15:30	06:30
<b>20 z 26</b> Nowe trendy w marketingu i branding	Jacek Lipski	18-04-2026	09:00	15:30	06:30
<b>21 z 26</b> Nowe trendy w marketingu i branding	Jacek Lipski	19-04-2026	09:00	15:30	06:30
<b>22 z 26</b> Warsztaty tworzenia treści	Kamila C. Mních	23-05-2026	09:00	15:30	06:30
<b>23 z 26</b> Warsztaty tworzenia treści	Kamila C. Mních	24-05-2026	09:00	15:30	06:30
<b>24 z 26</b> Podstawy prawa autorskiego	Dominik Trzmielewski	13-06-2026	09:00	15:30	06:30
<b>25 z 26</b> Podstawy prawa autorskiego	Dominik Trzmielewski	14-06-2026	09:00	15:30	06:30
<b>26 z 26</b> Test końcowy	-	14-06-2026	16:00	16:40	00:40

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny

Cena

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 150,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 150,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	31,70 PLN
Koszt osobogodziny netto	31,70 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 8



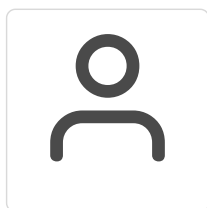
1 z 8

### Kamila C. Mnich

Praktyk branży kreatywnej, wykładowca, certyfikowany coach i trener. Opiekun merytoryczny kierunku Branding i Content Marketing na Uniwersytecie WSB Merito w Chorzowie oraz Wrocławiu.

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 na Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu. Posiada certyfikat Noble Manhattan Coaching oraz IIC&M International Institute of Coaching & Mentoring. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



2 z 8

### 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”.

Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



3 z 8

### Oskar Rak

Ekspert w dziedzinie video marketingu i komunikacji audiowizualnej. Wiedzę, którą zdobył w katowickiej Szkole Filmowej oraz Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, zmienia w filmy, które sprzedają i wzbudzają emocje. Ceni sobie urozmaicenie w biznesie, dlatego działa jednocześnie w

kilku obszarach: jest współwłaścicielem domu produkcyjnego klikfilm.pl, gdzie realizuje nagrania kursów online, filmów reklamowych oraz transmisji na żywo, współwłaścicielem agencji butikowej Mrowisko – wyjątkowego miejsca, które na pierwszym miejscu stawia etykę i wsparcie innych biznesów na partnerskich zasadach oraz wykładowcą Krakowskiej Szkoły Filmowej i Uniwersytecie WSB Merito, gdzie dzieli się swoją wiedzą oraz doświadczeniem. Miał okazję pracować z wieloma klientami z różnych dziedzin, między innymi: OLS, Tesco Polska, Oki Europe, Idea Bank, DietFood, pracuj.pl czy Ardagh Group. W wolnym czasie szkoli z video, występuje na konferencjach i prowadzi wykłady. Jego darmowe treści możesz znaleźć na kanale na YouTube i na jego blogu. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



4 z 8

## Jacek Lipski

Ekspert z zakresu budowania strategii marketingowych i planowania działań w social media. Prowadzi firmę B&L Consulting specjalizującą się w doradztwie marketingowym, szkoleniach oraz obsłudze marketingowej małych firm oraz startupów. Doświadczenie zawodowe zdobywał jako Project&Social Media Manager w lubelskiej agencji reklamowej Vena Art oraz w korporacyjnych działach marketingu i komunikacji wewnętrznej w Żagiel S.A. i Vattenfall Distribution Poland. Jest mentorem w AIP Lublin i współautorem e-booka „Lubelskie Startupy 2015”. Publikuje na własnym blogu marketingowym oraz gościnnie w magazynach branżowych „Marketing in Progress”, „Marketing i Biznes” oraz „Marketer+”. Więcej informacji: [www.jaceklipski.com.pl](http://www.jaceklipski.com.pl)  
Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



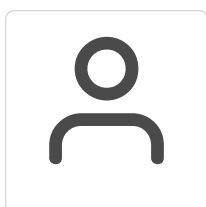
5 z 8

## Marcin Woźniak

Ekspert w zakresie marketingu internetowego. Od dekady realizuje działania związane z przygotowywaniem strategii marketingowych, obsługą social media, kampaniami SEM i przygotowywaniem stron internetowych. Od 2015 roku prowadzi własną agencję EPIC, gdzie skupia się kompleksowo na działaniach związanych z marketingiem w Internecie oraz prowadzeniu szkoleń związanych z tą tematyką.

Pracował przy projektach z różnorodnych branż: Edwanex (huta szkła), Pszczółka (FMCG), Szwedzki Stół Lublin (gastronomia), BestStaff (mechanika), Zoopers (sklep dla zwierząt), SzklanyDom.pl, Nutchup PLi GB (e - commerce), OSK Osior (nauka jazdy), Amerpharma (produkcja kontraktowa), Fundacja Sztukmistrze, AZS Lublin i wiele innych.

Od 2016 roku prowadzi szkolenia z tematyki Google Ads i podstaw analityki, marketingu w małej firmie, social media marketingu na Facebooku oraz Instagramie. Przeprowadził kilkadziesiąt szkoleń w firmach i instytucjach takich jak: Fundacja Sztukmistrze, AmerPharma, AZS Lublin, Pierre Lupina, Fundacji Teatrikon, Ogólnopolskie Spotkania Teatralne Zwierciadła, Biuro Karier KUL, Fundacja na rzecz nauki i innowacyjności i inne. Współpracował również ze Startup Academy jako szkoleniowiec i mentor. W 2019 roku został mentorem podczas konferencji SmartFoodies Weekend 2019. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



6 z 8

## Adam Pioch

Od ponad 15 lat specjalizuje się w Storytellingu. Tworzy opowieści i uczy jak to robić. Storytelling wykorzystuje w marketingu, szkoląc swoich klientów z tworzenia angażujących biznesowych opowieści.

Jest współautorem książki Biblia e-Biznesu 2., oraz Biblii e-Biznesu 3. Przygotował 4 rozdziały w tym jeden o storytellingu. Trzykrotnie wybrany najlepszym wykładowcą na kierunku Executive MBA WSB Wrocław. W Toastmasters osiągnął najwyższy możliwy poziom DTM (Distinguished Toastmaster).

Wykłada storytelling na uczelniach wyższych: WSB (Executive MBA – Business Trends, Wystąpienia Publiczne), Collegium Da Vinci (Marketing Internetowy), ASBIRO, Uczelnia Łazarskiego (Architektura Marki) oraz Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu i Wrocławiu.

Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.

Pisze opowieści z gatunku grozy, która jest jego ulubionym gatunkiem literackim. Kolekcjonuje wspomnienia. Stworzył własną markę szkoleń z tworzenia angażujących opowieści: Storytelling Power!

Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



7 z 8

### **Anna Przybysz**

Szefowa Akademii Icon, Starszy konsultant Icon Strategies. Doświadczenie zdobywała pracując po stronie agencji oraz w działach PR. Przed dołączeniem do Icon Strategies pełniła funkcję PR managera w OFFON Agency, agencji wideomarketingu oraz spółce technologicznej i-systems. Jako doradca public relations pracowała dla Polskiego Związku Zarządzania Wierzytelnościami, firmy doradczej FUZERS, czy agencji interaktywnej Cyrek Digital.

Prowadzi zajęcia z zakresu public relations na Uniwersytecie WSB Merito w Chorzowie i Opolu, w Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, na kierunku Marketing Internetowy oraz na Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu i Wrocławiu. Laureatka najważniejszego konkursu w branży PR - Złote Spinacze.

Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



8 z 8

### **Dominik Trzmielewski**

Członek Okręgowej Izby Radców Prawnych w Warszawie. Absolwent Uczelni Łazarskiego w Warszawie oraz Uniwersytetu Warszawskiego. Swoje ponad dziesięcioletnie doświadczenie zawodowe zdobywał początkowo w dużej warszawskiej kancelarii prawnej obsługującej przedsiębiorców. Obecnie, po uzyskaniu tytułu radcy prawnego, prowadzi własną praktykę zawodową, w ramach której świadczy kompleksową obsługę prawną na rzecz m.in. spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej IMS – lidera rynku wyspecjalizowanych usług z zakresu marketingu sensorycznego.

W bieżącej działalności koncentruje się przede wszystkim na zagadnieniach z zakresu prawa gospodarczego, prawa nowych technologii i własności intelektualnej, ze szczególnym uwzględnieniem prawa autorskiego oraz tworzeniu odpowiednich warunków do prowadzenia biznesu w kreatywny i bezpieczny sposób.

Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Podczas każdego zjazdu uczestnicy programu otrzymują zestaw materiałów dydaktycznych udostępnionych na platformie Microsoft Teams. Treści te są przygotowywane przez wykładowców i dostosowywane do tematyki prowadzonych zajęć. Uczestnicy otrzymają w formie elektronicznej skrypty, case study, prezentacje

Platforma Microsoft Teams stanowi główne narzędzie komunikacji Uczelni WSB Merito. Jej celem jest uproszczenie formalności oraz usprawnienie przepływu informacji między studentami a uczelnią. Dzięki niej uczestnicy studiów mają całodobowy dostęp – z dowolnego miejsca na świecie – do:

- harmonogramu zajęć,
- materiałów dydaktycznych,
- informacji o zmianach w planie zajęć, ogłoszeń i bieżących aktualności.

Uczestnicy mają obowiązek uczestniczenia w minimum 80% zajęć, aby osiągnąć założone efekty uczenia się.

Z przyczyn niezależnych od Wykonawcy (np. pogodowych lub losowych) harmonogram szkolenia może zostać nieznacznie zmieniony. Wszystkie informacje dostępne w jednostce szkolącej zostaną przekazane Operatorowi.

W ramach bloku zajęciowego trwającego od 09:00 do 15.30 zaplanowano dwie przerwy po 15 minut.

Łączny czas trwania usługi odpowiada 194 godzinom dydaktycznym, co po przeliczeniu na godziny zegarowe oraz doliczeniu obowiązkowych przerw i testów daje 157 godzin i 40 minut realizacji.

## Warunki uczestnictwa

Zapisów na studia podyplomowe można dokonać zgodnie z obowiązującym regulaminem za pośrednictwem strony internetowej Uniwersytetu WSB Merito, wybierając jedną z dostępnych filii:

- Chorzów
- Poznań
- Szczecin
- Warszawa

Rejestracja odbywa się poprzez formularz online dostępny pod adresem: <https://www.merito.pl/rekrutacja/krok1>, a także poprzez osobiste dostarczenie kompletu wymaganych dokumentów do Biura Rekrutacji wybranej filii uczelni.

### Kryteria kwalifikacyjne do udziału w programie:

- ukończone studia wyższe I lub II stopnia,
- spełnienie warunków określonych w procedurze rekrutacyjnej.

## Informacje dodatkowe

- Cena usługi **nie obejmuje opłaty wpisowej oraz opłaty końcowej**.
- **Usługa kształcenia świadczona przez Uniwersytet WSB Merito jest zwolniona z podatku VAT zgodnie z art. 43 ust. 1 pkt 26 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. 2023 poz. 1570). Zwolnienie obejmuje usługi edukacyjne realizowane przez uczelnie wyższe na podstawie przepisów ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.**

### REALIZACJA PROJEKTÓW:

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu realizuje projekty szkoleniowe w ramach współpracy z instytucjami rynku pracy tj.:

- Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu – **Kierunek Rozwój**,
- Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie – **Małopolski Pociąg do Kariery**,
- Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie – **Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe**,
- Projekt „**Zawodowa reaktywacja**” – realizowany w Łodzi.

# Warunki techniczne

Uczestnik programu zdobywa nową wiedzę oraz praktyczne umiejętności dzięki zajęciom prowadzonym na platformie **Microsoft Teams**. Komunikuje się z wykładowcami i pozostałymi uczestnikami studiów w czasie rzeczywistym (w trybie synchronicznym), co umożliwia aktywne uczestnictwo i bieżącą interakcję.

## Wymagania techniczne:

Aby uczestniczyć w zajęciach online, potrzebne są:

- minimalne wymagania sprzętowe: 2 GB RAM, procesor i5, niezbędne oprogramowanie: system operacyjny: windows min. 7, iOS, linux.
- komputer wyposażony w głośniki i mikrofon (wbudowane lub zewnętrzne),
- stabilne połączenie z Internetem, minimalne wymagania dot. parametrów łącza sieciowego: 30 Mbit/s
- słuchawki (zalecane, choć opcjonalne),
- kamera internetowa (opcjonalna, lecz przydatna podczas aktywnych form zajęć).

## Kontakt



**ŁUKASZ BUGAJ**

**E-mail** [lukasz.bugaj@chorzow.merito.pl](mailto:lukasz.bugaj@chorzow.merito.pl)

**Telefon** (+48) 602 279 894