



Collegium Da Vinci z siedzibą w Poznaniu



## Product & Brand Management - Studia podyplomowe - Collegium Da Vinci

Numer usługi 2025/04/04/9743/2669804

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

📚 Studia podyplomowe

🕒 166 h

📅 25.10.2025 do 31.07.2026

6 700,00 PLN brutto

6 700,00 PLN netto

40,36 PLN brutto/h

40,36 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikator projektu</b>	Kierunek - Rozwój
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p><b>Studia skierowane są do:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Absolwentów studiów wyższych, których pasją jest marketing, zarządzanie marką i produktem, product management.</li><li>Osób, które kreują, wdrażają i wprowadzają na rynek nowe produkty (product manager, marketing manager, strateg ds. rozwoju produktu, brand manager).</li><li>Pracowników odpowiedzialnych za optymalizację portfolio produktowego oraz budowanie wizerunku marki w świadomości Konsumentów.</li></ul> <p>Product Manager, otrzyma zbiór rozwiązań, uświadamiających, że sukces sprzedażowy produktu nie jest wyłącznie definiowany przez marżę lub cenę, ale precyzyjne rozpoznanie potrzeby klienta, którą produkt powinien spełnić.</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	25
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	27
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	30-09-2025
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi	166
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 podyplomowych jest wyposażenie osób zajmujących się marketingiem w doświadczenie pozwalające na skuteczne kreowanie marki, przez zrozumienie istoty produktu i potrzeby konsumenta.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Umiejętność wdrażania produktu na rynek	Przygotowanie wdrożenia produktu/marki na rynek	Obserwacja w warunkach symulowanych

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

Absolwenci uzyskują, zgodnie z wymogami ustawy świadectwo ukończenia studiów podyplomowych w Collegium Da Vinci.

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

Dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

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

Dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

# Program

## Studia podyplomowe

Studia podyplomowe trwają 9 miesięcy, obejmują 2 semstry. Zajęcia są realizowane w trakcie 10 zjazdów, w trybie sobota – niedziela (w przedziale czasowym godz.8.00 – 17.00). Przerwy w zajęciach dostosowane są do omawianej tematyki oraz poziomu stopnia trudności trwają od 5- 20 minut.

Ilość godzin dydaktycznych: 166 (czyli 166 x 45 minut w tym spotkanie końcowe przeznaczone na obronę pracy podyplomowej). Data obrony pracy podyplomowej jest ustalana wspólnie z Słuchaczami, obecnie wpisana jest jako ostatnie dwa terminy, może ulec zmianie.

Zajęcia na studiach podyplomowych prowadzone są w formie warsztatów, ćwiczeń, case study, konwersatoriów, laboratoriów oraz multimedialnych wykładów.

### Program

- Analiza konkurencji i jej znaczenie w budowaniu przewagi dla produktu (8 godz.)
- Badania rynkowe w procesie tworzenia produktu (16 godz.)
- Trafne zdefiniowanie Klienta i jego potrzeby (8 godz.)
- Marka w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości (24 godz.)
- Zarządzanie produktem (16 godz.)
- Warsztat kreowania rozwiązań (8 godz.)
- Pricing w zarządzaniu marką i produktem (12 godz.)
- Category Management (8 godz.)
- Digital dla rozwoju produktu/marki (16 godz.)
- Społeczna odpowiedzialność marek (8 godz.)
- Marketing i innowacje technologiczne (8 godz.)
- Lojalność klienta/konsumenta (8 godz.)
- Trendy i ich wykorzystanie w zarządzaniu produktem/marką (8 godz.)
- Zarządzanie procesowe (8 godz.)
- Marka luksusowa, zarządzanie w zegarmistrzowskim stylu (10 godz.)

Suma godzin: 166

# 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	6 700,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 700,00 PLN

---

Koszt osobogodziny brutto

40,36 PLN

---

Koszt osobogodziny netto

40,36 PLN

---

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

### Piotr Biela

Strateg marketingu i badacz. Doświadczenie zdobywał w strukturach Grupy Muszkietarów w Polsce zarządzając całym zespołem działu marketingu. Absolwent specjalności Menedżer Produktu na wydziale Towaroznawstwa Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, ukończył studia podyplomowe z analizy finansowej w procesach inwestycyjnych oraz otrzymał tytuł Master of Business Administration Georgia State University w Atlancie. W swojej karierze zawodowej zarządzał działami: marketingu strategicznego, badań i analiz, digital marketingu, pricingu, komunikacji marketingowej, trade marketingu i działem marek własnych. Uczestniczył w wielu procesach kształtowania strategii przedsiębiorstw, budowy i wdrażania nowych marek, repozycjonowania portfela produktów oraz sieci handlowej. Projektował i realizował badania marketingowe z zakresu zwyczajów konsumenckich, nowych marek i produktów, wizerunku i pozycji konkurencyjnej – zarówno przy użyciu tradycyjnych technik ilościowych, jakościowych, jak i neuromarketingu, eyetrackingu i technik kreatywnych.

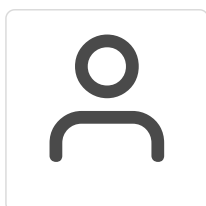


2 z 3

### Jan Szofer

Psycholog biznesu, przedsiębiorca, specjalista digital marketingu, manager. Od 2011 roku pomagam firmom z całego świata wystawiać się na targach w Europie. Niezależnie, czy prezentowane są cygara, dywany, mikroprocesory czy panele solarne, dbam, żeby każda marka pokazała swoją najlepszą stronę. Od 5 lat jestem specjalistą digital marketingu z nastawieniem na analitykę i performance marketing. Nie wypuszczę żadnej kampanii reklamowej, bez dobrze skonfigurowanej analityki. To marnowanie budżetu.

Ciekawi mnie przede wszystkim świat – co roku staram się odwiedzić chociaż jedno nowe miejsce, ewentualnie wrócić do tych, które najlepiej wspominam (Islandia). Na co dzień piję dużo dobrej kawy, uprawiam rekreacyjną wspinaczkę i staram się poruszać motocyklem, kiedy tylko jest to możliwe. Jednak to, co mnie napędza na co dzień to praca – przede wszystkim rozwiązywanie technicznych problemów analitycznych u klientów.



3 z 3

### Marcin Błajecki

Dyrektor Strategii w Agencji Reklamowej JUST

Absolwent Etnologii i Antropologii Kultury Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W branży reklamowej od 20 lat. Wieloletni szef zespołu agencji odpowiedzialny za markę Volkswagen w Polsce, współtwórca jej strategii marketingowej na polskim rynku. Autor strategii nagradzanych kampanii m.in.: Effie 2005 dla Volkswagena Caddy. Autor wielu projektów marketingowych dla miasta Poznań. Pracował m.in. dla marek: Orlen, Żywiec, Sanitec Koło, Żołądkowa Gorzka, Eurocash.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dydaktyczne zamieszczane są przez wykładowców na Platformie Wirtualna Uczelnia w formie plików pdf, word, prezentacji, jpg, filmów i linków.

## Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa jest:

- zapisanie się na studia poprzez formularz rekrutacyjny **rekrutacja.cdv.pl** (UWAGA: wypełnienie samego formularza rekrutacyjnego nie jest równoznaczne z zapisaniem się na studia)
- podpisanie umowy online oraz
- dostarczenie dyplomu ukończenia studiów wyższych (lic., inż., mgr).

## Informacje dodatkowe

Zapraszam na stronę internetową [https://cdv.pl/studia-podyplomowe/marketing\\_i\\_technologie/productbrand-management/](https://cdv.pl/studia-podyplomowe/marketing_i_technologie/productbrand-management/), gdzie szczegółowo przedstawiamy KADRĘ, PARTNERÓW oraz PROGRAM.

# Warunki techniczne

Zajęcia realizowane w formie zdalnej (jeśli takie zostaną zaplanowane) odbywają się przy użyciu platformy GOOGLE MEET lub ZOOM lub Teams.

Minimalne wymagania sprzętowe to sprawny komputer i dostęp do Internetu, kamera i mikrofon.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego - nie określamy.

Niezbędne oprogramowanie - nie wymagamy.

Link umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line jest ważny tylko w trakcie zaplanowanych zajęć i przesyłany za pomocą wewnętrznego systemu do komunikacji pomiędzy Słuchaczem studiów podyplomowych, a Collegium Da Vinci.

# Adres

ul. gen. Tadeusza Kutrzeby 10

61-719 Poznań

woj. wielkopolskie

Zajęcia będą realizowane w budynku Uczelni przy ul. Kutrzeby 10 w Poznaniu. W budynku uczelni znajduje się kawiarnia/restauracja, szatnia. Zajęcia w formie zdalnej (jeśli takie zostaną zaplanowane) będą realizowane przy wykorzystaniu platformy Zoom oraz Google Meet. Zastrzegamy sobie możliwość zmiany formy zajęć 24 h przed rozpoczęciem danego spotkania.

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

# Kontakt



**Izabella Bekas-Kwaśniewska**

**E-mail** [izabella.bekas-kwasniewska@cdv.pl](mailto:izabella.bekas-kwasniewska@cdv.pl)

**Telefon** (+48) 697 230 138