



## Digital marketing z elementami AI

Numer usługi 2025/04/07/7100/2674793

6 200,00 PLN brutto

6 200,00 PLN netto

35,63 PLN brutto/h

35,63 PLN netto/h

Uniwersytet WSB  
Merito w Gdańsku

★★★★☆ 4,5 / 5

51 ocen

📖 Studia podyplomowe

📄 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 174:00 h

📅 18.10.2025 do 28.06.2026

## Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Kierunek skierowany jest do:

- przedsiębiorców i freelancerów chcących rozwijać swoje firmy zgodnie z aktualną wiedzą z zakresu marketingu
- menedżerów marketingu chcących szlifować swój digitalowy warsztat
- specjalistów marketingu, którzy chcą poznać każdy zakątek Digital Marketingu od tzw. podszewki
- wszystkich, którzy zamierzają w pełni wykorzystać potencjał Marketingu Internetowego

Minimalna liczba uczestników

20

Maksymalna liczba uczestników

36

Data zakończenia rekrutacji

13-10-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

174

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

Studia podyplomowe

# Cel

## Cel edukacyjny

Celem studiów podyplomowych z zakresu Digital Marketingu jest przygotowanie Cię do praktycznego wykorzystania internetu w celach marketingowych i sprzedażowych. Ukończenie kierunku Digital Marketing gwarantuje Ci zdobycie praktycznych, a także pożądaných na rynku umiejętności - zarówno tych narzędziowych, jak i strategicznych.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<b>WIEDZA</b> - Wyjaśnia podstawy digital marketingu. - Tłumaczy zasady zachowania konsumentów. - Tłumaczy zasady prawa w marketingu cyfrowym. - Wyjaśnia działanie content marketingu, performance marketing, e-mail marketingu i automatyzacji.	- Tłumaczy podstawowe koncepcje digital marketingu, modeli biznesowych w internecie oraz analizy case studies. - Objaśnia temat psychologii konsumentckiej, identyfikacji grup docelowych za pomocą person i psychografii, oraz metod badania zachowań konsumentów. - Wyjaśnia zasady prawa autorskiego, zawierania umów oraz przepisów RODO w kontekście działań marketingowych w internecie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	- Tłumaczy zasady tworzenia i realizowania strategii content marketingowych, wykorzystania SEO, AI oraz narzędzi copywritingowych w pracy marketingowca.	Wywiad ustrukturyzowany
	- Wyjaśnia zasady działania reklamy w sieci, w tym platform takich jak Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, TikTok, Twitter i LinkedIn. - Tłumaczy jak budować listy mailingowych i planować kampanie email marketingowe.	Prezentacja
	- Tworzy pełne strategie marketingowe, w tym mapowanie Customer Journey i budowanie wartości dla klienta. - Stosuje narzędzia SEO w content marketingu oraz wykorzystuje sztuczną inteligencję.	Wywiad ustrukturyzowany
<b>UMIĘJĘTNOŚCI</b> - Tworzy skuteczne strategie marketingowe. - Wykorzystuje narzędzia SEO i AI. - Tworzy dopasowane do potrzeb treści marketingowe. - Skutecznie zarządza kampaniami reklamowymi. - Projektuje UX/UI.	- Tworzy i realizuje skuteczne plany contentowe, w tym treści copywritingowe i webwritingowe. - Korzysta z platform reklamowych (Google, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Pinterest) oraz skutecznie zarządza budżetem reklamowym. - Projektuje strony internetowe, landing pages oraz optymalizuje user experience w celu poprawy wyników marketingowych.	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b> - Zarządza projektami marketingowymi. - Optymalizuje działania z wykorzystaniem AI. - Zarządza ryzykiem i zgodnością działań z prawem.	- Samodzielnie tworzy i wdraża pełne projekty marketingowe w internecie, z uwzględnieniem analizowania efektywności działań i optymalizacji kampanii. - Wykorzystuje sztuczną inteligencję w optymalizacji procesów marketingowych, analizie danych oraz w automatyzacji działań. - Wdraża rozwiązania z zakresu zarządzania ryzykiem prawnym związanym z działalnością marketingową, w tym przestrzeganie przepisów prawa autorskiego i RODO.	Wywiad ustrukturyzowany
		Prezentacja

## 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

LP.	NAZWA PRZEDMIOTU	ŁĄCZNA LICZBA GODZIN ZAJĘĆ	ŁĄCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	Godziny praktyczne	Godziny teoretyczne
I.	WPROWADZENIE DO DIGITAL MARKETINGU				

1.	Wprowadzenie do Digital Marketingu	4	0,5	2	2
2.	Biznes w internecie – modele biznesowe, trendy, analiza Case Studies	4	0,5	2	2
3.	Marketing Driven Company – dlaczego firmy zarządzane marketingowo wygrywają	12	2	8	4
II.	ZACHOWANIA KONSUMENTA W SIECI				
1.	Psychologia zachowań konsumenckich	4	0,5	2	2
2.	Persony i psychografia, czyli określanie grup docelowych	4	0,5	2	2
3.	Badania marketingowe: jakościowe i ilościowe	4	0,5	2	2
III.	STRATEGIA I ZARZĄDZANIE MARKETINGIEM				
1.	Warsztat z tworzenia Customer Value Proposition i Customer Journey Map	6	1	4	2
2.	Tworzenie lejka sprzedażowego w internecie	4	0,5	2	2
3.	Warsztat z tworzenia strategii marketingowej od A do Z	8	1	6	2
4.	Wskaźniki efektywności działań marketingowych. Budżet marketingowy i jego kontrola	6	1	4	2
IV.	PRAWO W INTERNECIE				
1.	Prawo dla marketerów. Prawo autorskie, zawieranie umów, podstawy RODO	6	1	2	4
V.	CONTENT MARKETING				
1.	Wprowadzenie do Content Marketingu	4	0,5	2	2

2.	Warsztat z tworzenia strategii i planu contentowego	6	1	4	2
3.	Content Marketing a SEO. Praktyczne zastosowanie narzędzi SEO & AI w Digital Marketingu	6	1	4	2
4.	Warsztat tworzenia treści: Copywriting & Webwriting	6	1	4	2
VI.	PERFORMANCE MARKETING				
1.	Google Ads – skuteczna reklama w sieci reklamowej Google	6	1	4	2
2.	Facebook & Instagram Ads – panel reklamowy i dobre praktyki	8	1	6	2
3.	Pozostałe kanały Performance Marketingu: TikTok, X, LinkedIn, Pinterest	4	0,5	2	2
VII.	EMAIL MARKETING & MARKETING AUTOMATION				
1.	Warsztat z budowania list mailingowych i skutecznego pozyskiwania subskrybentów	6	1	4	2
2.	Planowanie i realizacja kampanii email marketingowych	6	1	4	2
3.	Marketing Automation, czyli automatyzacja działań marketingowych w Internecie	4	0,5	2	2
VIII.	SOCIAL MEDIA				
1.	Wstęp do Social Media	4	0,5	2	2
2.	Komunikacja i trendy w Social Media	6	1,00	4	2
3.	Influencer Marketing i Ambasadorzy Marki	8	1,00	5	3

4.	Tworzenie, montaż i promocja rolek. Budowanie zasięgów na TikToku i Instagramie dzięki krótkim formatom video	6	1,00	4	2
IX.	SERWISY INTERNETOWE I PODSTAWY USER EXPERIENCE				
1.	Strony WWW – projektowanie, podstawy UX & UI	8	1,00	6	2
2.	Landing Pages – tworzenie skutecznych stron docelowych	8	1,00	6	2
3.	Analityka Internetowa – Podstawy pracy z Google Analytics i Google Tag Manager	6	1,00	4	2
X.	PROJEKT				
1.	Seminarium projektowe	8	6,00	8	0
	Forma zaliczenia				
	Test końcowy	1	-	1	0
	Egzamin końcowy	1	-	1	0
	Razem	174	30	113	61

- długość godziny szkoleniowej - 45 minut,
- liczba godzin realizowanych podczas I zjazdu to 8-10 godzin 45 minutowych
- po każdym bloku zajęć, który trwa 90 minut planowana jest przerwa 15 minutowa nie wliczana w program studiów

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 38

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 38</b> Spotkanie z Opiekunem Merytorycznym kierunku	Kamil Leśniak	18-10-2025	08:00	08:45	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>2 z 38</b> Wprowadzenie do Digital Marketingu	Krystian Kubrak	18-10-2025	09:00	12:15	03:15
<b>3 z 38</b> Google Ads – skuteczna reklama w sieci reklamowej Google	Zuzanna Kraus	19-10-2025	08:00	13:00	05:00
<b>4 z 38</b> Wprowadzenie do Content Marketingu	Magdalena Kościółek	19-10-2025	13:30	16:45	03:15
<b>5 z 38</b> Facebook & Instagram Ads – panel reklamowy i dobre praktyki	Zuzanna Kraus	08-11-2025	08:00	15:00	07:00
<b>6 z 38</b> Seminarium	Kamil Leśniak	09-11-2025	08:00	09:30	01:30
<b>7 z 38</b> Badania marketingowe: jakościowe i ilościowe	Aleksandra Połetek - Pszonak	09-11-2025	09:45	13:00	03:15
<b>8 z 38</b> Pozostałe kanały Performance Marketingu: TikTok, X, LinkedIn, Pinterest	Zuzanna Kraus	22-11-2025	08:00	11:15	03:15
<b>9 z 38</b> Wstęp do Social Media	Katarzyna Warzecha	22-11-2025	11:30	15:00	03:30
<b>10 z 38</b> Analityka Internetowa – Podstawy pracy z Google Analytics i Google Tag Manager	Zuzanna Kraus	23-11-2025	08:00	13:00	05:00
<b>11 z 38</b> Planowanie i realizacja kampanii email marketingowych	Kamil Leśniak	13-12-2025	08:00	13:00	05:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>12 z 38</b> Psychologia zachowań konsumenckich	Aleksandra Połetek - Pszonak	13-12-2025	13:30	16:45	03:15
<b>13 z 38</b> Persony i psychografia, czyli określanie grup docelowych	Aleksandra Połetek - Pszonak	14-12-2025	08:00	11:15	03:15
<b>14 z 38</b> Prawo dla marketerów. Prawo autorskie, zawieranie umów, podstawy RODO	Paweł Głąb	14-12-2025	11:30	16:45	05:15
<b>15 z 38</b> Biznes w internecie – modele biznesowe, trendy, analiza Case Studies	Krystian Kubrak	17-01-2026	08:00	11:15	03:15
<b>16 z 38</b> Tworzenie lejka sprzedażowego w internecie	Anna Moczulska	17-01-2026	11:30	15:00	03:30
<b>17 z 38</b> Warsztat z tworzenia strategii marketingowej od A do Z	Anna Moczulska	18-01-2026	08:00	15:00	07:00
<b>18 z 38</b> test semestralny z wynikiem generowanym automatycznie	Kamil Leśniak	21-02-2026	08:00	08:45	00:45
<b>19 z 38</b> Seminarium	Kamil Leśniak	21-02-2026	09:00	10:30	01:30
<b>20 z 38</b> Content Marketing a SEO. Praktyczne zastosowanie narzędzi SEO & AI w Digital Marketingu	Łukasz Suchy	21-02-2026	10:45	15:45	05:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>21 z 38</b> Warsztat z tworzenia strategii i planu contentowego	Kamil Sroka	22-02-2026	08:00	13:00	05:00
<b>22 z 38</b> Marketing Automation, czyli automatyzacja działań marketingowych w Internecie	Kamil Leśniak	22-02-2026	13:30	16:45	03:15
<b>23 z 38</b> Influencer Marketing i Ambasadorzy Marki	Katarzyna Warzecha	07-03-2026	08:00	15:00	07:00
<b>24 z 38</b> Seminarium	Kamil Leśniak	08-03-2026	09:45	11:15	01:30
<b>25 z 38</b> Warsztat z budowania list mailingowych i skutecznego pozyskiwania subskrybentów	Kamil Leśniak	08-03-2026	11:30	16:45	05:15
<b>26 z 38</b> Tworzenie, montaż i promocja rolek. Budowanie zasięgów na TikToku i Instagramie dzięki krótkim formatom video	Katarzyna Warzecha	28-03-2026	08:00	13:00	05:00
<b>27 z 38</b> Seminarium	Kamil Leśniak	28-03-2026	13:30	15:00	01:30
<b>28 z 38</b> Marketing Driven Company – dlaczego firmy zarządzane marketingowo wygrywają	Krystian Kubrak	29-03-2026	08:00	11:15	03:15
<b>29 z 38</b> Komunikacja i trendy w Social Media	Katarzyna Warzecha	29-03-2026	11:30	16:45	05:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>30 z 38</b> Strony WWW – projektowanie, podstawy UX & UI	Klaudia Hadała	18-04-2026	08:00	15:00	07:00
<b>31 z 38</b> Landing Pages – tworzenie skutecznych stron docelowych	Klaudia Hadała	19-04-2026	08:00	15:00	07:00
<b>32 z 38</b> Warsztat z tworzenia Customer Value Proposition i Customer Journey Map	Anna Moczulska	09-05-2026	08:00	13:00	05:00
<b>33 z 38</b> Marketing Driven Company – dlaczego firmy zarządzane marketingowo wygrywają	Krystian Kubrak	09-05-2026	13:30	16:45	03:15
<b>34 z 38</b> Wskaźniki efektywności działań marketingowych. Budżet marketingowy i jego kontrola	Anna Moczulska	10-05-2026	08:00	13:00	05:00
<b>35 z 38</b> Marketing Driven Company – dlaczego firmy zarządzane marketingowo wygrywają (Część AI)	Krzysztof Marzec	10-05-2026	13:30	16:45	03:15
<b>36 z 38</b> Warsztat tworzenia treści: Copywriting & Webwriting	Magdalena Kościółek	30-05-2026	08:00	13:00	05:00
<b>37 z 38</b> test semestralny z wynikiem generowanym automatycznie	Kamil Leśniak	31-05-2026	08:00	08:45	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
38 z 38 Egzamin końcowy - walidacja	-	13-06-2026	08:00	10:00	02:00

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	35,63 PLN
Koszt osobogodziny netto	35,63 PLN

## Prowadzący

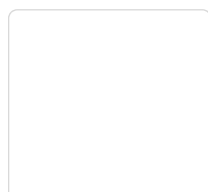
Liczba prowadzących: 13



1 z 13

### Piotr Bucki

Od 18 lat pomaga ludziom szlifować komunikację w różnych obszarach. Zawsze bazuje przy tym na psychologii poznawczej, neuro-naukach i psycholingwistyce. Sprawdza teorię w praktyce współpracując z firmami w Chile, Słowenii, Mołdawii, Azerbejdżanie, Austrii, Australii i Polsce. Współautor i redaktor merytoryczny Startup Manual (Wolves Summit 2015), autor i opiekun serii BuckiAcademi wydanej z wydawnictwem 4 Głowy (2016). Publikuje regularnie na InnPoland oraz stronie [www.bucki.pro](http://www.bucki.pro). Píše dla Malemana, Dolce Vita, Madame, Marketing w Praktyce i wielu innych. Autor książki „Porozmawiajmy o komunikacji”, „Life is a pitch and then you die” oraz „Złap równowagę”. Przetłumaczył 12 książek z zakresu psychologii i poradnictwa. Współpracuje z najlepszymi ośrodkami startupowymi w Polsce – m.in. LPNT, Inkubator Starter, GPNT i PPNT, a także z największym rządowym programem na świecie Startup Chile i Inkubatorami w Słowenii i Austrii. Występował m.in. na Wolves Summit, Davos Communication Forum, PODIM Słowenia, Internet Beta, Social Media Convent, Inspiration Day w Szczecinie, PMI Congress w Antwerpii i wielu wielu innych konferencjach w kraju i na świecie. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



2 z 13

### Kamil Leśniak

Event & Marketing Manager w DevaGroup. Magister zarządzania marketingiem, absolwent Zarządzania Reklamą na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz Promocji Kultury na Akademii Ignatianum. Koordynator merytoryczny i wykładowca na kierunku Digital Marketing Manager. W branży marketingu aktywny od 2016 roku. Zajmuje się marketingiem internetowym oraz contentem. Lubi wyzwania i pasjonuje się organizacją eventów i webinarów. Jego ulubionym wydarzeniem jest semKRK, które prowadzi organizuje nieprzerwanie od 2019 roku. Prywatnie kolekcjoner autografów i zdjęć ze znanymi osobami. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



3 z 13

### Krystian Kubrak

Senior SEM Specialist w DevaGroup. Od zawsze związany z digital marketingiem. Zaczynał w obszarze marketing automation, teraz zajmuje się reklamą online i analizą danych. Nadaje danym nowy wymiar, zmieniając liczby w proste i przyjazne do wyciągania wniosków wizualizacje. Bogate doświadczenie, ukończone studia, liczne kursy i szkolenia pozwalają mu szeroko spojrzeć na cyfrowy ekosystem, umożliwiając budowanie skutecznych kampanii łączących technologię z kreatywnością. Prywatnie miłośnik koktajli, na których prowadzi testy A/B i stale optymalizuje je pod kątem smaku. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



4 z 13

### Zuzanna Kraus

Certyfikowana specjalistka Google Ads i Google Analytics, z wieloletnim doświadczeniem w branży marketingu internetowego. W DevaGroup odpowiada za prowadzenie efektywnych kampanii Google Ads, Meta Ads oraz analitykę internetową. Ponadto chętnie dzieli się wiedzą, pisząc artykuły na temat optymalizacji kampanii i analityki internetowej. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



5 z 13

### Magdalena Kościółek

SEO i Content Specialist w DevaGroup. Od 2016 roku pracuje z contentem, a od 2018 związana z branżą marketingu internetowego. Wiedzę dzieli się w artykułach branżowych i w trakcie webinarów. Na co dzień wspólnie z klientami tworzy i wdraża plany i strategie działań SEO, łącząc je z UX, by ich strony zyskiwały większą widoczność i były przyjazne dla odbiorców. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



6 z 13

### Aleksandra Połetek - Pszonak

sExpert w DevaGroup, gdzie zajmuje się doradztwem w zakresie działań digital marketingu (SEM, SEO, social media, Allegro). Pomagamy prowadzić efektywne kampanie reklamowe w internecie oraz doradzamy w zakresie optymalizowania stron internetowych tak aby biznesy naszych klientów mogły się rozwijać!

Z chęcią wspomozemy Twój biznes jeśli szukasz takich rozwiązań jak:

- ◆ Google Ads
- ◆ Pozycjonowanie stron, działania SEO,
- ◆ Reklama w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Pinterest)
- ◆ Audyt SEO, audyt UX stron www, audyty kampanii reklamowych
- ◆ Allegro Ads czy całościowa obsługa konta Allegro
- ◆ Konfiguracja Google Analytics 4, GTM

Z wykształcenia jestem marketerem, lubię poszerzać wiedzę w tym temacie oraz rozwijać umiejętności prowadzenia rozmów biznesowych i wystąpień publicznych. Cyklicznie staram się publikować na portalach branżowych! Po godzinach odkrywam nowe miejsca na kulinarnej mapie Krakowa, tańczę zumbę i sporo czytam. Lubię organizować eventy, zadowolenie uczestników i możliwość networkingu daje mi motywację do rozwoju. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



7 z 13

### Katarzyna Warzecha

Content & Marketing Managerka w DevaGroup. Absolwentka kierunku Marketing i Nowe Media na WSB w Chorzowie (obecnie Uniwersytet Merito). Od 2018 roku rozwija się zawodowo, łącząc strategiczne myślenie z praktycznym podejściem do contentu i komunikacji. Zbierała doświadczenie zarówno w pracy po stronie klienta, jak i w agencjach – to jednak środowisko agencyjne daje jej największą satysfakcję i przestrzeń do rozwoju. Ceni sobie dynamiczne tempo i różnorodność projektów. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



8 z 13

### Paweł Głąb

Radca prawny, wspólnik zarządzający w Kancelarii Prawnej Kantorowski, Głąb i Wspólnicy. Specjalizuje się w prawie e-commerce, własności intelektualnej oraz ochronie danych osobowych. Doradza firmom z branży internetowej i nowych technologii, tworzy rozwiązania legal tech oraz narzędzia wspierające przedsiębiorców w ochronie marki i dokumentacji e-commerce. Współautor książki: „Prawo dla biznesu. E-Commerce”, „Poradnik prawny dla influencerów i digital marketerów” oraz „Zabezpieczenie umów i biznesu”. Autor publikacji naukowych i licznych artykułów w prasie branżowej. Były członek Komisji ds. LegalTech przy Okręgowej Izbie Radców Prawnych w Rzeszowie. Prywatnie pasjonat sportu żużlowego, członek Rady Nadzorczej Texom Stal Rzeszów. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



9 z 13

### Anna Moczulska

Z branżą marketingu internetowego związana od 2016 roku. Digital Analytics Manager w Conversion. Założycielka i szkoleniowiec w Moczulska Digital Analytics - działalności skupionej wokół edukowania ludzi w tematach szeroko rozumianej analityki digitalowej. Przed Conversion tworzyła działy Digital Analytics w Artegence i Sempai, a wcześniej zdobywała doświadczenie, pracując dla takich marek jak TVN czy Dentsu Aegis Network. Współautorka e-booka “Analityka treści w kampaniach marketingowych”.

Wykładowca i szkoleniowiec - prowadzi między innymi zajęcia na studiach podyplomowych Wydziału Informatyki Politechniki Białostockiej, a jej prezentacja na #semKRK17 została uznana przez publiczność za najlepszą podczas całego wydarzenia. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



10 z 13

### Łukasz Suchy

Expert SEO w DevaGroup. Specjalizuje się w przeprowadzaniu audytów i kompleksowej weryfikacji serwisów internetowych pod kątem SEO. Dla klientów przygotowuje strategię działań oraz propozycje zmian i optymalizacji stron www, które mają na celu zwiększenie ich efektywności i

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



11 z 13

### Klaudia Hadała

Specjalistka SEO, która łączy optymalizację pod wyszukiwarki z dbałością o UX. Tworzy spersonalizowane strategie dostosowane do branży, poziomu konkurencji i celów biznesowych klienta. Brała udział w projektowaniu wielu stron internetowych, dzieląc się z klientami praktycznymi wskazówkami z zakresu podstaw UX & UI. Na spotkania częściej dociera rowerem niż samochodem. Doświadczenie i kwalifikacje zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



12 z 13

### Kamil Sroka

Specjalista



13 z 13

### Krzysztof Marzec

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

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały elektroniczne zamieszczane na moodlu/teamsach. Materiały dotyczą tematyki studiów.

Liczba uczestników do 36 osób,

Zajęcia realizowane online na platformie Teams. Dostęp do materiałów zgodnie z informacją powyżej. Zajęcia są realizowane w formie wykładowej, warsztatowej w podziale na podgrupy, realizowane w wirtualnych pokojach, realizacja case study, pisanie projektu grupowego.

### Warunki uczestnictwa

Szczegółowe informacje na temat rekrutacji znajdują się pod linkiem:

<https://www.merito.pl/gdansk/studia-i-szkolenia/studia-podyplomowe/zasady-rekrutacji>

### Informacje dodatkowe

Dodatkowo wymagany jest zapis przez formularz rekrutacyjny uczelni

<https://www.merito.pl/rekrutacja/krok1>

W zależności od projektu, w którym uczestnik bierze udział wymagana jest obecność na zajęciach min 80% oraz potwierdzenie listy logowań do usługi.

zwolnienie z VAT na podstawie art.43 Ustawy o Podatku od towarów i usług 1. pkt 26.

Przedstawiona powyżej cena obejmuje obecnie obowiązującą promocje w czesnym oraz obejmuje system płatności 10 rat.

Istnieje możliwość dodania ceny na życzenie - w systemie płatności 1, 2 i 12 rat.

W tym celu prosimy o kontakt z biurem rekrutacji wskazanym powyżej [rekrutacjasp@gdansk.merito.pl](mailto:rekrutacjasp@gdansk.merito.pl)

Uczestnik studiów otrzymuje świadectwo ukończenia studiów podyplomowych zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Nauki z dnia 18 lipca 2024 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie dokumentów wydawanych w związku z przebiegiem lub ukończeniem studiów podyplomowych i kształcenia specjalistycznego.

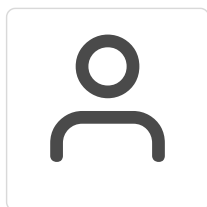
**Uniwersytet WSB Merito zastrzega sobie prawo do zmiany terminów zjazdów.**

## Warunki techniczne

Wymagania: posiadanie sprzętu elektronicznego z dostępem do internetu co najmniej 5 Mb/s, monitor, kamera.

Uczelnia zapewnia dostęp do platformy TEAMS i Ms Office.

## Kontakt



**Agata Orlich**

**E-mail** [rekrutacjasp@gdansk.merito.pl](mailto:rekrutacjasp@gdansk.merito.pl)

**Telefon** (+48) 585 227 513