



UNIwersytet
Śląski w
Katowicach



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

Numer usługi 2025/04/23/9817/2703622

📍 Katowice / stacjonarna

🏠 Studia podyplomowe

🕒 176 h

📅 26.10.2025 do 30.06.2026

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	19-10-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
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 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
		Prezentacja
		Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
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.	Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
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.	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
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	Przygotowuje strategie kampanii promocyjnych i wizerunkowych w mediach. Potrafi przygotować content do social mediów (posty, rolki, filmy). Potrafi analizować skuteczność prowadzonych kampanii.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
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 Ma umiejętność budowania strategii marki, marki pracodawcy i marki osoby, a także zarządzania ww. markami z wykorzystaniem profesjonalnych narzędzi, P7S_UW	Przygotowuje strategie kampanii promocyjnych i wizerunkowych w mediach. Potrafi wykonać zdjęcia wykorzystywane w contentach marketingowych. Potrafi przygotować content do social mediów (posty, rolki, filmy) stosując storytelling, wysoką jakość grafik przygotowanych np. w programie Canva.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
	Przygotowuje strategie kampanii promocyjnych i wizerunkowych w mediach.	Wywiad ustrukturyzowany
		Prezentacja
		Wywiad swobodny
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 Słuchacz studiów podyplomowych posiada kompetencje myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, P6S_KO	Potrafi dostosować swoją pracę, zadania, działania do zmieniającego się otoczenia społeczno-gospodarczego.	Wywiad swobodny
	Potrafi tworzyć nowe projekty zawodowe	Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik studiów podyplomowych rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności, wyznacza kierunki własnego rozwoju i kształcenia, P6S_KK	Potrafi dokonać analizy swoich mocnych i słabych stron oraz wyznaczyć kierunki własnego rozwoju zawodowego	Wywiad swobodny
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. Doskonali swoje umiejętności interpersonalne, P6S_KO, P6S_KR	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	Wywiad swobodny 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?

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

Organizator zapewnia rozdzielenie walidacji od procesu kształcenia.

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 występów publicznych – jak mówić aby nas słuchali - 8 h, 1 punkt ECTS
- Kultura języka - 6 h, 1 punkt ECTS
- Trening występów 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
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
Koszt osobogodziny netto	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 rozdzielenie walidacji od procesu kształcenia.

Uczestnicy są przygotowywani 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**.

Adres

ul. Bankowa 11
40-007 Katowice
woj. śląskie

Sekretariat
Natalia Niedźwiedź
e-mail: natalia.niedzwiedz@us.edu.pl
tel. 537 864 895

Kontakt



Paweł Ziegler

E-mail studiapodyplomowe@us.edu.pl

Telefon (+48) 513 383 312