



SMART BRAND
JOANNA CEPLIN

★★★★★ 4,6 / 5

11 ocen

Szkolenie Brand Manager - kod zawodu 243104

Numer usługi 2025/05/16/144735/2750732

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 30 h

📅 15.10.2025 do 13.12.2025

4 900,00 PLN brutto

4 900,00 PLN netto

163,33 PLN brutto/h

163,33 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane głównie do menedżerów, specjalistów Marketingu / PR, kierowników projektów, osób zarządzających zespołami, liderów społecznych, doradców zawodowych, specjalistów w zakresie marketingu, trenerów i konsultantów, osób podejmujących rolę Brand Managera, ale także do osób, które chcą podnieść własne kwalifikacje. Dodatkową grupę stanowią właściciele firm, dla których marka przedsiębiorstwa, czy oferowanego produktu / usługi jest kluczowym elementem wyróżnienia się na konkurencyjnym rynku.

Minimalna liczba uczestników

20

Maksymalna liczba uczestników

40

Data zakończenia rekrutacji

14-10-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

30

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do pracy na stanowisku Brand Managera. Osoba zdobędzie umiejętności określania i śledzenia konkretnych celów marketingowych, tworzenia persony, pracowania na insightach i dokonywania analizy rynku.

Wszystko po to, aby zwiększyć rozpoznawalność marki, wzmocnić jej pozycję rynkową, a finalnie osiągać lepsze wyniki sprzedażowe. Szkolenie uczy tworzenia kreatywnych kampanii oraz budowania silnych, rozpoznawalnych na rynku marek.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje strategię marketingową marki.	Definiuje cel strategiczny oraz kluczowe założenia marki. Określa wyróżniki marki.	Test teoretyczny
Tworzy osoby i segmenty grupy docelowej.	Segmentuje grupę docelową według wybranych kryteriów. Uzasadnia wybór kluczowych segmentów dla działań marketingowych.	Test teoretyczny
Dobiera elementy marketing mix dla danego produktu lub marki.	Analizuje zależności pomiędzy produktem, ceną, dystrybucją a promocją. Określa czynniki wpływające na kształtowanie ceny.	Test teoretyczny
Tworzy strategię komunikacji marki.	Projektuje spójny przekaz komunikacyjny dla różnych kanałów. Dopasowuje komunikację do segmentów odbiorców. Uzasadnia dobór narzędzi komunikacyjnych.	Test teoretyczny
Mierzy efektywność działań marketingowych.	Wykorzystuje narzędzia analityczne (np. Google Analytics). Tworzy raport z efektów działań marketingowych. Wyciąga wnioski i rekomenduje dalsze kroki.	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

Szkolenie składa się z 30 godzin zegarowych.

Zajęcia odbywają się na żywo online w godzinach 19.00-21.00, bez planowanych przerw.

Walidacja wlicza się w czas trwania usługi.

Zajęcia prowadzone są tylko w formie teoretycznej, brak części praktycznej. To samo się tyczy egzaminu (test teoretyczny).

Dostęp do nagrań i materiałów dodatkowych przez 12 miesięcy.

Zajęcia odbywają się zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy streamingowej ZOOM lub ClickMeeting.

Dodatkowo materiały edukacyjne wraz z nagraniami wideo umieszczone są w dedykowanej platformie szkoleniowej pod adresem <https://platforma.imok.edu.pl>

Terminy wykładów mogą ulec nieznacznym zmianom.

	DATA	TEMAT ZAJĘĆ	WYKŁADOWCA
1	15.10.2025	Strategia marketingowa krok po kroku: strategia marki i branding	Anna Ledwoń-Blacha
2	20.10.2025	Strategia marketingowa krok po kroku: strategia komunikacji marki	Maciej Sowa
3	22.10.2025	Marketing mix i kształtowanie ceny oraz cykl życia produktu	Anna Ledwoń-Blacha
4	27.10.2025	Tworzenie person, zachowania konsumenckie i insighty	Anna Karcz-Czajkowska
5	29.10.2025	Badanie rynku i desk research	Anna Karcz-Czajkowska
6	03.11.2025	Tworzenie mediaplanów i zarządzanie budżetem marki	Paweł Jóźwik
7	05.11.2025	MarTech, czyli technologie w marketingu (z elementami AI)	Kamil Walkowiak
8	10.11.2025	Zarządzanie projektem w marketingu oraz współpraca z podmiotami zewnętrznymi	Magda Szajda-Banach
9	12.11.2025	Aspekty prawne tworzenia marki i zarządzania marką	Tomasz Palak
10	17.11.2025	Aktywacje konsumenckie i akcje promocyjne	Kama Kotowska
11	18.11.2025	Platforma: LinkedIn - bonusowe	Marcin Banaszkiewicz

12	24.11.2025	PR i event marketing	Urszula Podraza
13	26.11.2025	Mierzenie efektywności działań	Anna Zalewska
14	01.12.2025	Sesja Q&A + przygotowanie do egzaminu	Anna Ledwoń-Blacha
15	11-13.12.2025	Egzamin [I termin]	
16	15-17.01.2026	Egzamin [II termin]	

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Strategia marketingowa krok po kroku: strategia marki i branding.	Anna Ledwoń - Blacha	15-10-2025	19:00	21:00	02:00
2 z 15 Strategia marketingowa krok po kroku: strategia komunikacji marki.	Maciej Sowa	20-10-2025	19:00	21:00	02:00
3 z 15 Marketing mix i kształtowanie ceny oraz cykl życia produktu.	Anna Ledwoń - Blacha	22-10-2025	19:00	21:00	02:00
4 z 15 Tworzenie person, zachowania konsumentckie i insighy.	Anna Karcz-Czajkowska	27-10-2025	19:00	21:00	02:00
5 z 15 Badanie rynku i desk research.	Anna Karcz-Czajkowska	29-10-2025	19:00	21:00	02:00
6 z 15 Tworzenie mediaplanów i zarządzanie budżetem marki.	Paweł Jóźwik	03-11-2025	19:00	21:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 15 MarTech, czyli technologie w marketingu (z elementami AI).	Kamil Walkowiak	05-11-2025	19:00	21:00	02:00
8 z 15 Zarządzanie projektem w marketingu oraz współpraca z podmiotami zewnętrznymi .	Magda Szajda-Banach	10-11-2025	19:00	21:00	02:00
9 z 15 Aspekty prawne tworzenia marki i zarządzania marką .	Tomasz Palak	12-11-2025	19:00	21:00	02:00
10 z 15 Aktywacje konsumenckie i akcje promocyjne.	Kamila Kotowska	17-11-2025	19:00	21:00	02:00
11 z 15 Platforma: LinkedIn - bonusowe.	Marcin Banaszkiewicz	18-11-2025	19:00	21:00	02:00
12 z 15 PR i event marketing.	Urszula Podraza	24-11-2025	19:00	21:00	02:00
13 z 15 Mierzenie efektywności działań.	Anna Zalewska	26-11-2025	19:00	21:00	02:00
14 z 15 Sesja Q&.+ przygotowanie do egzaminu.	Anna Ledwoń - Blacha	01-12-2025	19:00	21:00	02:00
15 z 15 Egzamin [I termin]	-	13-12-2025	19:00	21:00	02:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	163,33 PLN
Koszt osobogodziny netto	163,33 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 12



1 z 12

Tomasz Palak

Radca prawny, prelegent, autor artykułów na tomaszpalak.pl i w prasie

Siedmiokrotnie na podium konferencji I Love Marketing, występował również na Infoshare, TEDx i licznych innych wydarzeniach. Wykładowca, ekspert, twórca książki „Internet a prawo – jak się nie potknąć?”. Prywatnie gitarzysta.

Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager:
Aspekty prawne tworzenia marki i zarządzania marką.



2 z 12

Marcin Banaszkiewicz

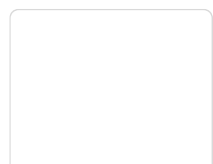
Jest autorem jedyne w Polsce szkolenia z LinkedIn: Strategia Marki Personalnej. Tworzy i wdraża programy Social Selling i Employee Advocacy w największych i najmniejszych firmach na świecie. Jest twórcą Społeczności H2H ❤️ i wykładowcą akademickim z zakresu Social Mediów.

Na co dzień wspiera osoby, które do ekspozycji swojej reputacji w przestrzeni publicznej, chcą wykorzystać portal LinkedIn. Uczy tego jak szybko i skutecznie zrealizować swoje cele zawodowe, dzięki komunikacji „jeden do wielu”.

Pokazuje możliwości portalu LinkedIn w procesach poszukiwania pracy, w procesach pozyskiwania najlepszych talentów na rynku i uczy sprzedawać nawet tych, którzy tego nie lubią.

Jest twórcą #SzczytuH2H ❤️ i Dnia Wsparcia Osób z Niepełnosprawnościami w Biznesie.

Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager:
Platforma: LinkedIn



3 z 12

Anna Karcz-Czajkowska



Badaczka, psycholożka, członkini Polskiego Towarzystwa Badań Rynku i Opinii (PTBRiO).

Założycielka agencji badawczo-konsultingowej JCD

Research. Wykładowczyni akademicka, autorka książki „Sztuka szukania. Zbadaj rynek, konkurencję i swoich odbiorców wykorzystując informacje, które są na wyciągnięcie ręki.” Ponad dziesięcioletnie doświadczenie w łączeniu biznesu i pracy naukowej wykorzystuje, edukując przedsiębiorców i marketerów w zakresie strategii biznesowej oraz metodologii badań.

Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager:

Badanie rynku i desk research.

Tworzenie person, zachowania konsumenckie i insighty.



4 z 12

Anna Zalewska

Menadżerka marketingu, opiekunka merytoryczna programu SSI

Menadżerka marketingu w agencji widoczni. Wykładowczyni na wyższych uczelniach. Od lat buduje markę agencji, tworząc skuteczną komunikację na stronie internetowej, w mediach społecznościowych i prasie branżowej.

Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager:

Mierzenie efektywności działań.



5 z 12

Urszula Podraza

Menedżerka, wykładowczyni akademicka, trenerka, konsultantka.

Specjalizuje się w komunikacji kryzysowej i community relations.

Doświadczenie w obszarze komunikacji zdobyła w pracy dziennikarki radiowej. Pracowała m.in. jako PR managerka w instytucjach publicznych, rzeczniczka prasowa krakowskiego lotniska, wiceprezeska agencji Planet Partners, kierowniczką zespołu prasowego TAURON.

Zrealizowała projekty dla firm z wielu branż: przemysł, automotive, energetyka, turystyka, MICE; ma doświadczenie w pracy z administracją publiczną i sektorem kultury.

Wykłada przedmioty z obszaru komunikacji na Uniwersytecie Jagiellońskim. Prowadzi szkolenia dla biznesu, instytucji publicznych, samorządów poświęcone kontaktom z mediami, wystąpieniom publicznym, komunikacji kryzysowej.

Autorka wielu publikacji na temat komunikacji publikowanych w mediach branżowych, książki „Kryzysowe public relations”, współautorka monografii „Siła marki pracodawcy”.

Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.

Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager:

PR i event marketing.



6 z 12

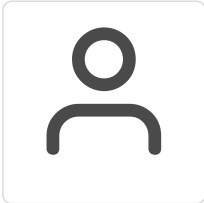
Marta Orzechowska

Project Manager w agencji Tomczak - Stanisławki, która specjalizuje się w marketingu prawniczym. Przez 3 lata jako head of customer success w agencji 1000 ideas miała okazję wspierać swoją wiedzą i doświadczeniem zespół managerów, który koordynowała. Ponad 200 projektów - od

prostych ulotek, przez lokalizację tysięcy materiałów (statycznych, animowanych, wideo) na różne rynki, po koordynację 2-letniej kampanii wprowadzenia nowego produktu na rynek obejmującą stworzenie opakowań, opracowanie koncepcji komunikacji, doboru mediów, przygotowanie strony internetowej, aplikacji mobilnej, działań w social media w tym kanału na YT, a także przygotowanie spotu telewizyjnego (kampania ta otrzymała wyróżnienie w konkursie Kreatura 2020).

Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager"

Zarządzanie projektem w marketingu oraz współpraca z podmiotami zewnętrznymi .



7 z 12

Anna Ledwoń - Blacha

Co-founder & Creative Director w agencji More Bananas oraz co-founder i główna organizatorka CRASH Mondays. Product marketing manager w startupie alloweat. Z marketingiem związana od 14 lat, od ponad 7 lat szkoli i prowadzi warsztaty. Na sali szkoleniowej -fizycznej jak i wirtualnej spędziła już ponad 4000 godzin. Była trenerka w agencji Socjomania, gdzie szkoliła z mediów społecznościowych, obecnie trenerka w IAB Polska oraz IT media. Współautorka kilku kursów e-learningowych. Szkoli głównie w zakresie mediów społecznościowych, digital marketingu, strategii i customer experience, a od ponad dwóch lat generatywnej AI. Posiada międzynarodowy certyfikat DIMAQ PROFESSIONAL potwierdzający wiedzę i doświadczenie z zakresu digital marketingu. Zwycięzczyni jednej z edycji sprawny.marketing oraz ambasadorka Małopolskiego Festiwalu Innowacji. Wykładowca studiów podyplomowych na Akademii Górniczo -Hutniczej, WSB w Gdańsku czy Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu.

Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager:

Strategia marketingowa krok po kroku: strategia marki i branding.

Marketing mix i kształtowanie ceny oraz cykl życia produktu.

Strategia marketingowa krok po kroku: strategia komunikacji marki .

Sesja Q&A + przygotowanie do egzaminu.



8 z 12

Paweł Jóźwik

Strategy Group Head i Media Planner w agencji Ancymony

Od 10 lat związany z branżą digital marketingu. Pracował dla takich marek jak Sony, Nestle, Rossmann, L'Oréal, Capgemini, AmRest czy Heinz. Budował w agencjach działy marketingowe o kompetencjach specjalistycznych: digital, media oraz performance. Obecnie zarządza zespołem strategiczno-mediowym i planuje działania płatne dla kluczowych klientów agencji Ancymony. Wykłada na Uniwersytecie Jagiellońskim strategię oraz analitykę digital marketingową. Pasjonuje się nowymi technologiami, e-sportem, literaturą i sztuką. Wierzy w postmodernistyczną wizję świata, a interdyscyplinarny rozwój człowieka postrzega jako klucz do szczęścia. Chętnie podzieli się wiedzą i rekomendacjami z innymi.

Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager:

Tworzenie mediaplanów i zarządzanie budżetem marki.



9 z 12

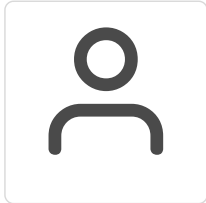
Kamila Kotowska

Założycielka Fundacji SpeakUPerki, wykładowczyni

Trenerka wystąpień publicznych, prezentowania i storytellingu. Od ponad 10 lat związana z branżą kreatywną, od 5 z ekosystemem startupowym. Występowała i prowadziła sceny na wielu branżowych konferencjach m.in. na I Love Marketing & Technology (TOP1, TOP3, TOP7), Infoshare, InternetBeta, SEO Vibes (TOP1), ITMT, ACCELER8IT, txb.digital, PROexpert Days i innych.

Szkoli duże zespoły, jak i małe biznesy ze sztuki wystąpień publicznych, prezentowania swoich pomysłów i ogólnych zasad wywierania wpływu na publiczność. Mentorka pitchowania dla startupów w ramach programów m.in. foodtech.ac, Huge Thing czy Mentoring Dots. Chętnie dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniem z nowym pokoleniem przedsiębiorców. Założycielka Fundacji SpeakUPerki wspierającej młode kobiety w rozwoju umiejętności biznesowych.

Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager:
Aktywacje konsumenckie i akcje promocyjne.



10 z 12

Kamil Walkowiak

Współzałożyciel i CTO w cux.io (narzędzie do analizy doświadczeń użytkowników w produktach cyfrowych). Z sukcesem projektował, prototypował i zbudował wysoce skalowalną platformę, która zbiera, przetwarza i analizuje miliony zdarzeń dziennie. Od zawsze chciał wiedzieć co stoi za liczbami, co wpływa na wzrosty i spadki metryk oraz co czuje użytkownik przechodząc przez wybrane ścieżki. Pasjonat automatyzacji, prostych rozwiązań oraz nowinek technologicznych.

Zakres prowadzonych zajęć w Brand Manager:
MarTech, czyli technologie w marketingu (z elementami AI).



11 z 12

Magda Szajda-Banach

Global Brand Manager w firmie kosmetycznej Coty

Od niemal 9 lat związana z marketingiem – od środowiska start-upów po FMCG. Dotychczasowe doświadczenie zdobyła pracując m.in. w brand marketingu w 3 różnych kategoriach produktowych u światowych liderów. Obecnie jako Global Brand Manager w branży beauty kreuje i egzekwuje strategię marki i komunikacji na 6 rynków w Europie.



12 z 12

Maciej Sowa

Twórca projektu konsultingowo-strategicznego OWL MY GOD

Od ponad 10 lat współpracuje z przedsiębiorstwami, agencjami i startupami w zakresie rozwoju marketingu. Współzałożyciel cyklicznych spotkań dla branży marketingowej – Crash Mondays. Współpracował m.in. z Pracuj.pl, Jeronimo Martins (Biedronka), Akamai, Sun&Snow oraz licznymi firmami z sektora MŚP.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Zajęcia odbywają się zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy streamingowej ZOOM lub ClickMeeting. Dodatkowo materiały edukacyjne wraz z nagraniami wideo umieszczone są w dedykowanej platformie szkoleniowej pod adresem <https://platforma.imok.edu.pl> Dostęp do zajęć/nagrań ważny jest przez 12 miesięcy od momentu zakończenia szkolenia. Więcej informacji o szkoleniu, kadrze oraz rekomendacjach znajduje się na stronie <https://imok.edu.pl/brand-manager/>

Warunki techniczne

1. Platforma /rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa: szkolenie odbywa się za pośrednictwem platformy ZOOM. Materiały dydaktyczne wraz z nagraniami wideo umieszczone są w dedykowanej platformie szkoleniowej pod adresem <https://platforma.imok.edu.pl>
2. Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji: komputer z procesorem Intel Pentium 4 lub nowszy, obsługujący SSE2, 2 GB pamięci RAM, zainstalowany jeden z systemów operacyjnych Windows 7, 8, 10, macOS 10.9 lub nowszy. Dodatkowo wbudowany lub zewnętrzny mikrofon, opcjonalnie kamera video. (Do obsługi wideo w jakości HD wymagany jest procesor Intel drugiej generacji i3/i5/i7 2,2 GHz, odpowiednik firmy AMD lub lepszy). Android z systemem 5.0 lub nowszy/ iPhone z systemem iOS 11.0 lub nowszy.
3. Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik:
<https://support.google.com/a/answer/1279090>
4. Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: Przeglądarka Google Chrome lub Mozilla Firefox, Adobe Reader , Pakiet biurowy np Libre Office,Open office lub Microsoft office.
5. Linki do zajęć ważne są PRZEZ 12 miesięcy od daty zakupu

Kontakt



Radosław Ceplin

E-mail radek@imok.edu.pl

Telefon (+48) 501 581 138