



Uniwersytet WSB
Merito w Gdańsku

★★★★★ 4,6 / 5

48 ocen

Social media i influencer marketing

Numer usługi 2025/06/05/7100/2795775

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📚 Studia podyplomowe

🕒 166 h

📅 18.10.2025 do 28.06.2026

6 750,00 PLN brutto

6 750,00 PLN netto

40,66 PLN brutto/h

40,66 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	• Studia są przeznaczone dla osób zaangażowanych w działania marketingowe, które chcą aktywnie wykorzystywać takie narzędzia jak LinkedIn, Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, blogi, współpraca z influencerami. • Uczestnikami mogą być właściciele małych firm, którzy chcą sami realizować strategię marketingową z wykorzystaniem social mediów i influencer marketingu, osoby zatrudnione na stanowiskach specjalistów, koordynatorzy, kierownicy, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę w tym zakresie.
Minimalna liczba uczestników	15
Maksymalna liczba uczestników	25
Data zakończenia rekrutacji	13-10-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna 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 jest przygotowanie absolwenta, który skutecznie będzie pełnił swoją funkcję osoby zajmującej się w firmie zadaniami dotyczącymi social media i influencer marketingu. Absolwenci będą potrafili sprawnie korzystać w swojej praktyce zawodowej, czy to we własnym biznesie, czy też w dziale marketingu korporacji, z możliwości, jakie dają social media i influencer marketing.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA Znajomość strategii social media: Absolwent posiada wiedzę na temat podstawowych strategii marketingowych wykorzystywanych w mediach społecznościowych, rozumie rolę social media w strategii firmy oraz zna najnowsze trendy i narzędzia analityczne stosowane do analizy zachowań konsumentów. Zrozumienie kanałów social media: Absolwent zna specyfikę i różnice między głównymi kanałami social media (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube) oraz potrafi efektywnie wykorzystać je w działaniach marketingowych. Prawne aspekty marketingu: Absolwent zna podstawowe zagadnienia prawne związane z marketingiem w social mediach, w tym prawa autorskie, ochronę danych osobowych oraz regulacje dotyczące współpracy z influencerami.	Analiza i interpretacja studium przypadku dotyczącego implementacji strategii social media w firmie, z naciskiem na identyfikację trendów i wykorzystanie narzędzi analitycznych.	Analiza dowodów i deklaracji
		Prezentacja
UMIEJĘTNOŚCI Tworzenie i wdrażanie strategii: Absolwent potrafi stworzyć i wdrożyć skuteczną strategię social media, dostosowaną do specyfiki branży i potrzeb firmy, oraz monitorować jej efektywność. Analiza i segmentacja konsumentów: Absolwent potrafi analizować zachowania konsumentów w mediach społecznościowych za pomocą dostępnych narzędzi analitycznych oraz tworzyć persony i mapy podróży klienta. Zarządzanie kryzysem: Absolwent jest przygotowany do zarządzania kryzysowymi sytuacjami w mediach społecznościowych, potrafi szybko reagować na negatywne komentarze i sytuacje kryzysowe, minimalizując ich wpływ na wizerunek firmy.	Ocenie podlega przygotowany projekt strategii social media, zawierający analizę rynku, cele marketingowe, dobór odpowiednich kanałów, harmonogram działań oraz budżet. Sprawdzenie umiejętności analizy i interpretacji zebranych danych oraz wyciągania wniosków na ich podstawie. Ocena sposobu prezentacji wyników analizy, jasności i przejrzystości raportu oraz przedstawionych rekomendacji. Ocena praktycznego zastosowania person i map podróży klienta w strategiach marketingowych i kampaniach social media. Ocena sposobu komunikacji z użytkownikami podczas kryzysu, ton wypowiedzi, profesjonalizm oraz empatia okazywana w trudnych sytuacjach.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
KOMPETENCJE Komunikacja i współpraca: Absolwent potrafi efektywnie komunikować się z zespołem oraz zewnętrznymi partnerami, takimi jak influencerzy, blogerzy czy agencje marketingowe, budując trwałe relacje oparte na wzajemnym zaufaniu. Kreatywność i innowacyjność: Absolwent wykazuje się kreatywnością w tworzeniu treści oraz kampanii marketingowych, potrafi generować nowe pomysły i wdrażać innowacyjne rozwiązania w obszarze social media. Świadomość etyczna i społeczna: Absolwent rozumie znaczenie etycznego podejścia w marketingu, zna zasady odpowiedzialności społecznej i potrafi działać zgodnie z nimi, dbając o pozytywny wizerunek firmy i zaufanie konsumentów.	Sprawdzenie umiejętności komunikacji i współpracy poprzez obserwację pracy w grupach projektowych, zwracając uwagę na zdolność do słuchania, dzielenia się pomysłami i rozwiązywania konfliktów. Przeprowadzanie symulacji sytuacji zawodowych, gdzie absolwent musi nawiązać współpracę i komunikować się z różnymi interesariuszami, oceniając sposób prowadzenia dialogu i budowania relacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych

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

Studia trwają 2 semestry, 9 miesięcy nauki, 11 zjazdów, 30 ECTS

PODSTAWY SOCIAL MEDIA MARKETINGU

- Social media i influencer marketing w strategii firmy (8 godz.)
- Podstawy strategii social media (16 godz.)

- Narzędzia social media (8 godz.)
- Content marketing w social media (4 godz.)

KONSUMENT W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH – TRENDY, ZACHOWANIA, ANALIZY

- Trendy konsumenckie i ich implementacja w social media (8 godz.)
- Analiza zachowań konsumenta w social media – narzędzia (8 godz.)
- Persona i podróż klienta w social media (8 godz.)
- Zarządzanie kryzysem w social mediach (8 godz.)

KANAŁY SOCIAL MEDIA I ICH WYKORZYSTANIE W DZIAŁANIACH MARKETINGOWYCH

- Facebook marketing (8 godz.)
- Tik Tok (8 godz.)
- Instagram marketing (8 godz.)
- Linkedin marketing (8 godz.)
- YouTube i wideo marketing (16 godz.)

INFLUENCER MARKETING

- Blogosfera i influencer marketing (8 godz.)
- Planowanie kampanii z influencerami (16 godz.)
- Storytelling (8 godz.)

RAWNE ASPEKTY MARKETINGU SOCIAL MEDIACH (8 godz.)

SEMINARIUM DYPLOMOWE (8 godz.)

ZALICZENIE (2 godz.)

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 1

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 1 Wprowadzenie do studiów	Monika Czaplicka	18-10-2025	08:00	16:00	08:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 750,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 750,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	40,66 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Monika Czaplicka

Szefowa agencji social media Wobuzz. Popularność zapewniły jej „Kryzysy w social mediach wybuchają w weekendy” czy akcja „Nie czytasz? Nie idę z Tobą do łóżka”. W branży online od 2006 roku. Prowadzi bloga czaplicka.eu. Specjalizuje się w kryzysach, a także social sellingu i komunikacji. Często występuje jako prelegentka na wielu wydarzeniach i konferencjach branżowych. Mentorka startupów, jurorka konkursów. Autorka książek i szkoleń.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Wymagane dodatkowo zapisanie przez formularz rekrutacyjny, który znajduje się pod linkiem:

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

Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymują dodatkowe materiały na zajęciach oraz po, które są zamieszczane na platformie MS Teams.

Podczas zjazdu każdy uczestnik programu otrzymuje komplet materiałów dydaktycznych na platformie MS Teams. Materiały te przygotowują wykładowcy, dostosowując je do specyfiki prowadzonego tematu. Pliki dokumentów mogą być przygotowane w różnych formatach.

Uczestnicy studiów pracują na platformie MS Teams, to platforma komunikacyjna Uczelni WSB Merito, stworzona w celu ograniczenia formalności oraz ułatwienia przepływu informacji między uczestnikami a uczelnią. Za jej pomocą przez całą dobę i z każdego miejsca na świecie uczestnicy mają dostęp do:

- harmonogramu zajęć,
- materiałów dydaktycznych,
- informacji dotyczących zmian w planach zajęć, ogłoszeń i aktualności.

Przedstawiona powyżej cena obejmuje obecnie obowiązującą promocję 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

Warunki uczestnictwa

Zasady rekrutacji:

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

Szczegółowe informacje na temat kierunku znajdują się pod linkiem:

<https://www.merito.pl/gdansk/studia-i-szkolenia/studia-podyplomowe/kierunki/social-media-i-influencer-marketing>

Informacje dodatkowe

Wymagane posiadanie sprzętu elektronicznego z dostępem do internetu, zajęcia realizowane na platformie Teams zapewnione uczestnikowi studiów przez uczelnię.

Przerwy w trakcie zjazdów nie są wliczane do liczby godzin realizacji zajęć.

Warunki techniczne

MS Teams, zajęcia w czasie rzeczywistym, laptop/komputer, łącze internetowe, aplikacja MS Teams (dostęp do aplikacji zapewnia uczelnia)

Kontakt



Agata Orlich

E-mail rekrutacjasp@gdansk.merito.pl

Telefon (+48) 585 227 513