



Wyższa Szkoła  
Przedsiębiorczości i  
Administracji w  
Lublinie

★★★★★ 4,5 / 5

98 ocen

## Budowanie marki i sztuczna inteligencja - studia podyplomowe

Numer usługi 2025/07/18/162125/2888227

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📅 Studia podyplomowe

🕒 200 h

📅 04.10.2025 do 28.06.2026

5 500,00 PLN brutto

5 500,00 PLN netto

27,50 PLN brutto/h

27,50 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

| Kategoria                       | Inne / Edukacja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Grupa docelowa usługi           | <p>Studia są przeznaczone dla osób z doświadczeniem lub aspiracjami w zakresie marketingu, komunikacji, PR, zarządzania marką oraz nowych technologii. To idealna propozycja dla:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• marketerów i brand managerów,</li><li>• właścicieli firm i startupów,</li><li>• specjalistów ds. komunikacji i contentu,</li><li>• osób zainteresowanych wykorzystaniem AI w praktyce biznesowej.</li></ul> |
| Minimalna liczba uczestników    | 15                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Maksymalna liczba uczestników   | 50                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Data zakończenia rekrutacji     | 30-09-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Forma prowadzenia usługi        | zdalna w czasie rzeczywistym                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Liczba godzin usługi            | 200                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 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

Absolwent kierunku potrafi:

- tworzyć i wdrażać nowoczesne strategie marketingowe,
- wykorzystywać AI do analizy danych, personalizacji komunikacji i automatyzacji działań,
- projektować treści i kampanie w oparciu o storytelling i dane,
- stosować narzędzia cyfrowe do budowania wizerunku marki i relacji z klientami,
- analizować rynek, konkurencję i trendy konsumenckie,
- wykorzystywać technologie takie jak VR, AR czy chatboty do zwiększenia efektywności marketingu,

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

| Efekty uczenia się                                                                                                                       | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Metoda walidacji |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Potrafi zaprojektować strategię marki z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi (AI, CMS, SEO, SEM, e-mail marketing, kampanie digitalowe). | <p>Dobiera odpowiednie narzędzia cyfrowe do celów marketingowych i komunikacyjnych marki.</p> <p>Tworzy spójną i mierzalną strategię działań online z uwzględnieniem grupy docelowej.</p> <p>Projektuje kampanie SEO/SEM oraz wykorzystuje e-mail marketing i CMS do promocji.</p> <p>Integruje nowoczesne rozwiązania (np. AI) w celu automatyzacji i personalizacji komunikacji.</p> <p>Analizuje skuteczność działań i optymalizuje strategię w oparciu o dane.</p> <p> Metody walidacji</p> <p>Projekt indywidualny lub grupowy: opracowanie kompleksowej strategii marki z użyciem wskazanych narzędzi.</p> <p>Prezentacja projektu: omówienie doboru narzędzi, celów i przewidywany</p> | Wywiad swobodny  |

| Efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                          | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Metoda walidacji                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <p>Tworzy i wdraża identyfikację wizualną, treści narracyjne i przekaz multimedialny zgodny z profilem marki.</p>                                                                                                                                                                           | <p>Projektuje spójną identyfikację wizualną (logo, kolorystyka, typografia, layout).</p> <p>Tworzy narrację marki (tone of voice, storytelling, wartości i misja).</p> <p>Opracowuje i wdraża materiały multimedialne (grafiki, wideo, animacje) dopasowane do kanałów komunikacji.</p> <p>Zapewnia spójność komunikacji wizualnej i treściowej we wszystkich punktach styku z marką.</p> <p>Dostosowuje przekaz do określonej grupy docelowej.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>Wywiad swobodny</p>                        |
| <p>Potrafi zarządzać treściami cyfrowymi i prowadzić kampanie reklamowe w środowisku online, dostosowane do różnych platform i grup odbiorców.</p> <p>Potrafi analizować dane z kampanii, monitorować działania konkurencji i wyciągać wnioski przy pomocy narzędzi analitycznych i AI.</p> | <p>Tworzy, publikuje i optymalizuje treści cyfrowe (grafiki, teksty, wideo) dostosowane do specyfiki platform (np. Facebook, Instagram, LinkedIn, Google).</p> <p>Segmentuje odbiorców i dopasowuje komunikaty do grup docelowych.</p> <p>Projektuje i realizuje kampanie reklamowe (m.in. Google Ads, Meta Ads, e-mail marketing).</p> <p>Monitoruje wyniki kampanii z użyciem narzędzi analitycznych (np. Google Analytics, Meta Business Suite).</p> <p>Korzysta z narzędzi analitycznych (np. Google Analytics, Meta Insights, SEMrush) do oceny skuteczności kampanii.</p> <p>Monitoruje aktywność konkurencji w kanałach cyfrowych (np. Ads Library, Similarweb, Brand24).</p> <p>Wykorzystuje narzędzia AI (np. ChatGPT, Looker Studio, Predicty) do analizy danych i generowania rekomendacji.</p> <p>Wyciąga wnioski z analizy i formułuje propozycje optymalizacji działań marketingowych.</p> <p>Interpretuje kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) i dostosowuje strategię.</p> | <p>Wywiad swobodny</p> <p>Wywiad swobodny</p> |

| Efekty uczenia się                                                                                                   | Kryteria weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Metoda walidacji |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Wykorzystuje wiedzę prawną i etyczną przy prowadzeniu działań z zakresu komunikacji cyfrowej i przetwarzania danych. | <p>Identyfikuje obowiązujące przepisy dotyczące ochrony danych osobowych (np. RODO/GDPR).</p> <p>Stosuje zasady legalnego pozyskiwania, przetwarzania i przechowywania danych użytkowników.</p> <p>Uwzględnia etykę w komunikacji cyfrowej (np. przejrzystość, brak manipulacji, poszanowanie prywatności).</p> <p>Ocenia ryzyka prawne i reputacyjne związane z prowadzonymi działaniami online.</p> <p>Tworzy polityki prywatności i zgody użytkowników zgodne z przepisami.</p> | Wywiad swobodny  |

## 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

Wprowadzenie do komunikacji cyfrowej i brandingu

Projektowanie identyfikacji wizualnej marki

Relacje z mediami i public relations w praktyce

Architektura i pozycjonowanie marki

Rozwój strategii marki

Ochrona reputacji marki online

Kreowanie i wdrażanie stron internetowych

SEO: Optymalizacja i pozycjonowanie

Kampanie reklamowe w środowisku cyfrowym

Storytelling: podstawy w różnych kanałach

Sztuka narracji i tworzenia przekazu

Zarządzanie treścią marketingową

Marketing e-mailowy

Zarządzanie treściami cyfrowymi

Budowanie społeczności online

Storytelling: zaawansowane techniki

Strategie marketingu mobilnego

Projektowanie kampanii marketingowych

Analiza konkurencji i rynku

Wprowadzenie do marketingu partnerskiego

Psychologia konsumenta

Produkcja i dystrybucja wideo

Modele AI w marketingu i Public Relations

Nowe technologie w komunikacji (VR, AR, AI)

Monitoring i analiza danych

Aspekty prawne komunikacji cyfrowej i AI

Łącznie: 200 godzin

Liczba semestrów: 2

Liczba punktów ECTS: 35

Przerwy są wliczone w czas trwania usługi

Dokument potwierdzający ukończenie studiów: świadectwo ukończenia studiów podyplomowych.

Zajęcia odbywają się w soboty i niedziele, co dwa, trzy tygodnie

w godz.: 8:00- 16:00.

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

Warunkiem otrzymania świadectwa ukończenia studiów podyplomowych jest zaliczenie poszczególnych przedmiotów realizowanych w ramach studiów.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| Brak wyników.           |            |                       |                     |                     |               |

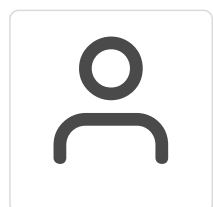
# Cennik

## Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 5 500,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 5 500,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 27,50 PLN    |
| Koszt osobogodziny netto                  | 27,50 PLN    |

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

**mgr Piotr Lewandowski**

Z wykształcenia socjolog, specjalizacja komunikacja społeczna i dziennikarstwo. Zawodowo specjalista z zakresu marketingu, PR i AI, wykładowca akademicki, twórca strategii marketingowych i biznesowych dla instytucji publicznych i prywatnych. CEO we własnej agencji reklamowej od 5 lat, wykładowca akademicki na kierunkach i specjalizacjach związanych z marketingiem, brandingiem i sztuczną inteligencją.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Szczegółowy harmonogram zajęć zostanie zamieszczony po decyzji Władz Uczelni WSPA o uruchomieniu kierunku, najpóźniej 6 dni przed planowanym pierwszym zjazdem.

# Warunki techniczne

Platforma e-learningowa WSPA Lublin [www.puw.wspa.pl](http://www.puw.wspa.pl)

Platforma działa poprawnie w nowych wersjach przeglądarek: Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera.

W przypadku używania starszych wersji, niektóre funkcjonalności mogą działać nieprawidłowo.

Do wyświetlania niektórych treści multimedialnych potrzebny jest Adobe Flash Player.

System dla smartfonów:

Co najmniej Android 10 lub iOS 14

System dla tabletów:

Co najmniej Android 10 lub iPadOS 14

System i oprogramowanie dla komputerów: co najmniej Windows 10 wraz z przeglądarką nie starszą niż Chrome 85 lub Firefox 85

System dla urządzeń Mac (Apple): co najmniej macOS Catalina (10.15.7)

Procesor minimum 2GHz oraz pamięć RAM minimum 4GB

Łącze internetowe o przepustowości - pobieranie minimum 2Mb/s, wysyłanie minimum 1Mb/s

## Kontakt



### **CENTRUM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH I SZKOLEŃ**

**E-mail** [spd@wspa.pl](mailto:spd@wspa.pl)

**Telefon** (+48) 814 529 474