



Budowanie marki i sztuczna inteligencja - studia podyplomowe

Numer usługi 2025/12/12/162125/3208936

5 500,00 PLN brutto

5 500,00 PLN netto

27,50 PLN brutto/h

27,50 PLN netto/h

Wyższa Szkoła
Przedsiębiorczości i
Administracji w
Lublinie

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📚 Studia podyplomowe

★★★★★ 4,6 / 5

🕒 200 h

181 ocen

📅 11.04.2026 do 28.02.2027

Informacje podstawowe

Kategoria

Inne / Edukacja

Grupa docelowa usługi

Studia są przeznaczone dla osób z doświadczeniem lub aspiracjami w zakresie marketingu, komunikacji, PR, zarządzania marką oraz nowych technologii. To idealna propozycja dla:

- marketerów i brand managerów,
- właścicieli firm i startupów,
- specjalistów ds. komunikacji i contentu,
- osób zainteresowanych wykorzystaniem AI w praktyce biznesowej.

Minimalna liczba uczestników

15

Maksymalna liczba uczestników

50

Data zakończenia rekrutacji

10-04-2026

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 2024 r. poz. 1571, 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
<p>Potrafi zaprojektować strategię marki z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi (AI, CMS, SEO, SEM, e-mail marketing, kampanie digitalowe).</p>	<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 Projekt indywidualny lub grupowy: opracowanie kompleksowej strategii marki z użyciem wskazanych narzędzi.</p> <p>Prezentacja projektu: omówienie doboru narzędzi, celów i przewidywany</p>	<p>Wywiad swobodny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Tworzy i wdraża identyfikację wizualną, treści narracyjne i przekaz multimedialny zgodny z profilem marki.</p> <p>Potrafi zarządzać treściami cyfrowymi i prowadzić kampanie reklamowe w środowisku online, dostosowane do różnych platform i grup odbiorców.</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>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>Wywiad swobodny</p> <p>Wywiad swobodny</p>
<p>Potrafi analizować dane z kampanii, monitorować działania konkurencji i wyciągać wnioski przy pomocy narzędzi analitycznych i AI.</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>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Wykorzystuje wiedzę prawną i etyczną przy prowadzeniu działań z zakresu komunikacji cyfrowej i przetwarzania danych.</p>	<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>	<p>Wywiad swobodny</p>

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.

Oświadczenia i zobowiązania Uczestnika Usługi BUR

1. Uczestnik oświadcza, że przed zawarciem umowy z Dostawcą usługi - WSPA zapoznał się oraz akceptuje treść:

1) Zarządzenia Kanclerza Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie nr 31/K/WSPA/2024-2025 z dnia 13 maja 2025 roku w sprawie wysokości i terminów opłat wpisowego i czesnego dla Słuchaczy studiów podyplomowych w roku akademickim 2025-2026,

- 2) Zarządzenia Kanclerza Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie nr 32/K/WSPA/2024-2025 z dnia 13 maja 2025 r. w sprawie innych opłat na studiach podyplomowych w roku akademickim 2025-2026,
 - 3) Zarządzenie Kanclerza Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie nr 33/K/WSPA/2024-2025 z dnia 13 maja 2025 r. w sprawie zniżek na studia podyplomowe dla kandydatów rozpoczynających studia w roku akademickim 2025-2026,
 - 4) Regulaminu Studiów Podyplomowych.
2. Zarządzenia i Regulamin, o których mowa powyżej zostaną przekazane Uczestnikowi do zapoznania się przed zawarciem Umowy z WSPA, w momencie rejestracji poprzez stronę internetową - <https://wspa.pl/rekrutacja/>.
 3. Zarządzenia i Regulamin, o których mowa powyżej dostępne są także na stronie internetowej Uczelni WSPA – www.https://wspa.pl/

Warunki techniczne

Platforma e-learningowa WSPA Lublin 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

Telefon (+48) 814 529 474