



Digital Marketing Masterclass- studia podyplomowe

Numer usługi 2026/05/05/7038/3539327

7 000,00 PLN brutto
7 000,00 PLN netto
62,50 PLN brutto/h
62,50 PLN netto/h

Uniwersytet WSB

Merito we

Wrocławiu

★★★★★ 4,6 / 5

1 080 ocen

📖 Studia podyplomowe

📄 zdalna w czasie rzeczywistym

👥 Zajęcia grupowe

🕒 112:00 h

📅 24.10.2026 do 09.05.2027

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Dla osób, które zawodowo zajmują się e-marketingiem lub marketingiem i pragną pogłębić swoją wiedzę i umiejętności oraz kompetencje z zakresu Digital Marketingu.

Szczególnie dla:

- managerów, którzy chcą zrozumieć i uporządkować wiedzę z zakresu Digital Marketingu,
- menagerów, którzy chcą poznać mechanizmy działania form i narzędzi stosowanych w Digital Marketingu,
- digital marketerów, pracowników agencji, domów mediowych i mediów oraz freelancerów, którzy bezpośrednio zajmują się operacyjnymi działaniami z obszaru e-marketingu/e-commerce/marketingu,
- doświadczonych marketerów, którzy chcą także samodzielnie prowadzić działania online;
- praktyków, którzy zajmują się planowaniem operacyjnym kampanii/zakupem mediów oraz na co dzień obsługują narzędzia e-marketingowe,
- ekspertów firm doradczych i konsultingowych, którzy wspierają swoich klientów najwyższą jakością praktycznej wiedzy.

Minimalna liczba uczestników

15

Maksymalna liczba uczestników

30

Data zakończenia rekrutacji

12-10-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Zakres uprawnień

studia podyplomowe

Cel

Cel edukacyjny

Usługa potwierdza nabycie wiedzy i umiejętności w zakresie Digital Marketingu oraz przygotowanie do uzyskania międzynarodowego certyfikatu DIMAQ, a także do wykonywania zadań zawodowych związanych z marketingiem cyfrowym (m.in. digital marketer, specjalista ds. marketingu online, e-commerce).

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Omawia zasady funkcjonowania marketingu cyfrowego i jego narzędzi	Opisuje proces tworzenia strategii marketingowej w środowisku cyfrowym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wyjaśnia mechanizmy działania kanałów online (social media, SEO, e-commerce, reklama internetowa)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Planuje i wdraża strategie marketingowe w środowisku online	Projektuje i realizuje kampanie marketingowe w kanałach cyfrowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Obiera narzędzia i kanały komunikacji do celów biznesowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Zarządza budżetem kampanii marketingowych i ocenia ich efektywność	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Podejmuje decyzje marketingowe w oparciu o dane i analizę wyników	Wykazuje odpowiedzialność za realizację powierzonych działań marketingowych	Wywiad swobodny
	Dostosowuje działania do zmieniających się trendów rynkowych i technologicznych	Wywiad swobodny
	Współpracuje z zespołem przy realizacji projektów marketingowych	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 1. Czy dokument jest wydany przez podmiot systemu oświaty lub szkolnictwa wyższego na podstawie odrębnych przepisów?

TAK

ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2024 r. poz. 1571, 1871 i 1897)

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu ul. Fabryczna 29-31 53-609 Wrocław Regon: 931893307, NIP: 894-24-50-411
---------------------------------------	--

Nazwa Podmiotu certyfikującego	Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu ul. Fabryczna 29-31 53-609 Wrocław Regon: 931893307, NIP: 894-24-50-411
--------------------------------	--

Program

Program studiów podyplomowych na kierunku Digital Marketing Masterclass na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu.

Usługa potwierdza nabycie wiedzy i umiejętności w zakresie Digital Marketingu oraz przygotowanie do uzyskania międzynarodowego certyfikatu DIMAQ, a także do wykonywania zadań zawodowych związanych z marketingiem cyfrowym (m.in. digital marketer, specjalista ds. marketingu online, e-commerce).

DIGITAL MARKETING - PODSTAWY I TRENDY

STRATEGIA I PLANOWANIE

DISPLAY ADVERTISING I PROGRAMMATIC

SEARCH ENGINE MARKETING

VIDEO ADVERTISING

SOCIAL MEDIA

CONTENT MARKETING I WEBWRITING

MOBILE MARKETING

E-MAIL MARKETING

E-COMMERCE

ANALITYKA INTERNETOWA I UX

PRAWO W INTERNECIE

TRENDY W DIGITALU

EGZAMIN

W programie studiów uwzględniliśmy, przygotowanie do egzaminu do oficjalnej certyfikacji IAB Polska - Digital Marketing Qualification (DIMAQ).

Liczba godzin dydaktycznych: 128 (minimum 30 punktów ECTS)

Liczba semestrów: 2

Zajęcia odbywają się w sobotę i w niedzielę w godz. 8.30-15.30, w czasie rzeczywistym (wideokonferencje, czaty) realizowane z wykorzystaniem indywidualnych kont. Zajęcia prowadzone są w formie wykładów, które uzupełniane są ćwiczeniami, warsztatami oraz rozwiązywaniem przykładów praktycznych. Absolwenci otrzymują świadectwo ukończenia studiów podyplomowych zgodnie z przepisami, jakie zostały określone przez Ministerstwo Edukacji i Nauki.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 48

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 48 DIGITAL MARKETING - PODSTAWY I TRENDY	Zajęcia	Julia Waincetel	24-10-2026	08:30	11:30	03:00
2 z 48 -	Przerwa	-	24-10-2026	11:30	12:30	01:00
3 z 48 DIGITAL MARKETING - PODSTAWY I TRENDY	Zajęcia	Julia Waincetel	24-10-2026	12:30	15:30	03:00
4 z 48 STRATEGIA I PLANOWANIE	Zajęcia	Aleksandra Matysiak	25-10-2026	08:30	11:30	03:00
5 z 48 -	Przerwa	-	25-10-2026	11:30	12:30	01:00
6 z 48 STRATEGIA I PLANOWANIE	Zajęcia	Aleksandra Matysiak	25-10-2026	12:30	15:30	03:00
7 z 48 DISPLAY ADVERTISING i PROGRAMMATIC	Zajęcia	Bartosz Paczyński	21-11-2026	08:30	11:30	03:00
8 z 48 -	Przerwa	-	21-11-2026	11:30	12:30	01:00
9 z 48 DISPLAY ADVERTISING i PROGRAMMATIC	Zajęcia	Bartosz Paczyński	21-11-2026	12:30	15:30	03:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 48 DISPLAY ADVERTISING i PROGRAMMA TIC	Zajęcia	Bartosz Paczyński	22-11-2026	08:30	11:30	03:00
11 z 48 -	Przerwa	-	22-11-2026	11:30	12:30	01:00
12 z 48 CONTENT MARKETING I WEBWRITING	Zajęcia	Julia Waincetel	22-11-2026	12:30	15:30	03:00
13 z 48 CONTENT MARKETING I WEBWRITING	Zajęcia	Julia Waincetel	12-12-2026	08:30	11:30	03:00
14 z 48 -	Przerwa	-	12-12-2026	11:30	12:30	01:00
15 z 48 VIDEO ADVERTISING	Zajęcia	Konrad Kowalik	12-12-2026	12:30	15:30	03:00
16 z 48 VIDEO ADVERTISING	Zajęcia	Konrad Kowalik	13-12-2026	08:30	11:30	03:00
17 z 48 -	Przerwa	-	13-12-2026	11:30	12:30	01:00
18 z 48 SEARCH ENGINE MARKETING	Zajęcia	Konrad Kowalik	13-12-2026	12:30	15:30	03:00
19 z 48 SEARCH ENGINE MARKETING	Zajęcia	Konrad Kowalik	16-01-2027	08:30	11:30	03:00
20 z 48 -	Przerwa	-	16-01-2027	11:30	12:30	01:00
21 z 48 SOCIAL MEDIA	Zajęcia	Julia Waincetel	16-01-2027	12:30	15:30	03:00
22 z 48 SOCIAL MEDIA	Zajęcia	Julia Waincetel	17-01-2027	08:30	11:30	03:00
23 z 48 -	Przerwa	-	17-01-2027	11:30	12:30	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 48 SOCIAL MEDIA	Zajęcia	Julia Waincetel	17-01-2027	12:30	15:30	03:00
25 z 48 TRENDY W DIGITALU	Zajęcia	Agnieszka Gutowska	20-02-2027	08:30	11:30	03:00
26 z 48 -	Przerwa	-	20-02-2027	11:30	12:30	01:00
27 z 48 TRENDY W DIGITALU	Zajęcia	Barbara Przybycień	20-02-2027	12:30	15:30	03:00
28 z 48 PRAWO W INTERNECIE	Zajęcia	Karolina Kępska	21-02-2027	08:30	11:30	03:00
29 z 48 -	Przerwa	-	21-02-2027	11:30	12:30	01:00
30 z 48 PRAWO W INTERNECIE	Zajęcia	Karolina Kępska	21-02-2027	12:30	15:30	03:00
31 z 48 E-COMMERCE	Zajęcia	Karolina Kępska	13-03-2027	08:30	11:30	03:00
32 z 48 -	Przerwa	-	13-03-2027	11:30	12:30	01:00
33 z 48 E-COMMERCE	Zajęcia	Karolina Kępska	13-03-2027	12:30	15:30	03:00
34 z 48 E-COMMERCE	Zajęcia	Karolina Kępska	14-03-2027	08:30	11:30	03:00
35 z 48 -	Przerwa	-	14-03-2027	11:30	12:30	01:00
36 z 48 MOBILE MARKETING	Zajęcia	Agnieszka Gutowska	14-03-2027	12:30	15:30	03:00
37 z 48 MOBILE MARKETING	Zajęcia	Agnieszka Gutowska	17-04-2027	08:30	11:30	03:00
38 z 48 -	Przerwa	-	17-04-2027	11:30	12:30	01:00
39 z 48 E-MAIL MARKETING	Zajęcia	Agnieszka Gutowska	17-04-2027	12:30	15:30	03:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
40 z 48 ANALITYKA INTERNETOWA I UX	Zajęcia	Paulina Kozyra	18-04-2027	08:30	11:30	03:00
41 z 48 -	Przerwa	-	18-04-2027	11:30	12:30	01:00
42 z 48 ANALITYKA INTERNETOWA I UX	Zajęcia	Paulina Kozyra	18-04-2027	12:30	15:30	03:00
43 z 48 ANALITYKA INTERNETOWA I UX	Zajęcia	Paulina Kozyra	08-05-2027	08:30	11:30	03:00
44 z 48 -	Przerwa	-	08-05-2027	11:30	12:30	01:00
45 z 48 E-MAIL MARKETING	Zajęcia	Bartosz Paczyński	08-05-2027	12:30	15:30	03:00
46 z 48 -	Walidacja	-	09-05-2027	08:30	11:30	03:00
47 z 48 -	Przerwa	-	09-05-2027	11:30	12:30	01:00
48 z 48 -	Walidacja	-	09-05-2027	12:30	15:30	03:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	112:00
w tym suma godzin zajęć	90:00
w tym suma godzin walidacji	06:00
w tym suma przerw	16:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	128:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	62,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	62,50 PLN
W tym koszt walidacji brutto	500,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	500,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	0,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	112:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 14



1 z 14

Paulina Kozyra

Jest managerką z ponad 17-letnim doświadczeniem w obszarze digital marketingu – praktykiem i pragmatykiem, łączącym wizjonerskie podejście do biznesu z efektywną realizacją strategii. Doświadczenie zdobywała w największych wydawnictwach i agencjach, gdzie od podstaw budowała i rozwijała zespoły digitalowe oraz sprzedażowe. Specjalizuje się w content marketingu, performance marketingu oraz strategiach omnichannel, koncentrując się na tworzeniu angażujących doświadczeń konsumenckich, które realnie przekładają się na wzrost sprzedaży i lojalność klientów. Jako ekspertka branżowa aktywnie dzieli się wiedzą – jest wykładownicą akademicką, autorką artykułów oraz prelegentką na konferencjach branżowych. Pełniła rolę jurorki w konkursie IAB MIXXAwards oraz zasiadała w Radach Programowych IAB Forum Polska. Jest członkinią Sektorowa Rada ds. Komunikacji Marketingowej. Posiada dyplom Executive MBA.

2 z 14



Julia Waincettel

Specjalistka od skutecznych kampanii i przemyślanej automatyzacji - działa tam, gdzie algorytmy spotykają się z doświadczeniem, a sztuczna inteligencja wspiera decyzje oparte na danych. Prowadzi szkolenia z performance marketingu i „AI w biznesie” we współpracy z Concordia Design. Dzieli się wiedzą jako wykładowczyni akademicka oraz występując podczas konferencji takich jak TEDx, IAB Forum czy Mobile Trends AI. Współtwórczyni certyfikatu DIMAQ AI i współautorka „Przewodnika po sztucznej inteligencji dla marketerów”, pobranego ponad 2500 razy. Jej kampanie Google Ads, Meta Ads i Microsoft Ads zdobyły nagrody w konkursach Effie Poland, Golden Arrow i Global Search Awards. Certyfikowana specjalistka Google, DIMAQ Pro i Change Management APMG.



3 z 14

Aleksandra Matysiak

Z wykształcenia jestem ekonomistką oraz marketerką, studia magisterskie na tych kierunkach ukończyłam w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Mam ponad 8-letnie doświadczenie pracy w marketingu. Karierę zawodową rozpoczęłam w branży FMCG – realizowałam projekty dla marki Gerber, a następnie zarządzałam markami Lion oraz KitKat. Aktualnie, już od ponad 5 lat pracuję w sektorze telekomunikacyjnym w firmie Orange Polska. Jako Digital Manager zajmuję się aplikacją mobilną Orange Flex, odpowiadając całościowo za strategię jej komunikacji w kanałach online. Swoją wiedzę oraz doświadczeniem dzieliłam się podczas wielu konferencji, m.in. Mobile Trends Conference, Kampania 17 Celów, TikTok Discover.



4 z 14

Agnieszka Gutowska

Head of Social Media w agencji Personal PR. Związana z branżą nowych mediów od ponad 10 lat. Tworzy treści, projektuje strategie komunikacji, administruje profilami firmowymi na Facebooku, Instagramie, LinkedInie, TikToku i X (dawny Twitter). Planuje kampanie informacyjne, wizerunkowe i sprzedażowe. Prelegentka na konferencjach branżowych, trenerka w Skillers Academy i wykładowczyni m.in. na Uniwersytecie Gdańskim, Politechnice Gdańskiej, Collegium Civitas i Uniwersytecie WSB Merito. Nieustająco śledzi wszelkie zmiany w środowisku social mediów i bada ich oddziaływanie na profile w praktyce.



5 z 14

Bartosz Paczyński

od 2008 roku nieprzerwanie działam w branży marketingu i sprzedaży. Na co dzień łączę rolę stratega, doradcy oraz trenera. Jestem właścicielem agencji marketingowej, a także pełnię funkcję Interim Marketing Director w projektach wymagających szybkiej i skutecznej transformacji marketingowej. Jako certyfikowany Trener DIMAQ z ramienia IAB Polska oraz posiadacz certyfikatu DIMAQ Professional, prowadzę szkolenia z obszaru digital marketingu, e-commerce i strategii. W mojej karierze przeszkoliłem już przeszło ponad 20 000 uczestników – od małych firm po duże korporacje i instytucje publiczne. Mam na swoim koncie ponad 150 projektów doradczych, obejmujących m.in. strategie digitalowe, rozwój działów marketingu, budowę lejków sprzedażowych i optymalizację kampanii online. Regularnie współpracuję z firmami jako doradca ds. marketingu i sprzedaży, wspierając ich rozwój i skalowanie.



6 z 14

Barbara Przybycień

Z wykształcenia kulturoznawczyni, z doświadczenia marketerka i twórczyni treści, specjalizująca się w digital marketingu i zarządzaniu komunikacją online. Posiada doświadczenie w tworzeniu

angażujących treści, budowaniu spójnych wizerunków marek oraz realizacji skutecznych strategii marketingu cyfrowego. Z pasją wykorzystuje potencjał platform społecznościowych do zwiększania rozpoznawalności marek, angażowania społeczności oraz wspierania realnego rozwoju biznesu. Dzięki połączeniu strategicznego myślenia, kreatywności i znajomości trendów oraz nowoczesnych narzędzi digital marketingu, skutecznie wspiera rozwój marek w dynamicznym środowisku online.



7 z 14

Konrad Kowalik

Początek przygody w marketingu w G-partner (kampanie Google Ads), następnie 4 lata w PKO BP jeden z członków in-housowego zespołu performancowego, aktualnie od 2 lat w Orange Polska na stanowisku Experta od Performance Marketingu. Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie oraz warszawskiego SWPS. Członek SEMowej grupy roboczej IAB Polska. Prywatnie fan marketingu, skuteczności kampanii performancowych a także rozwoju osobistego.



8 z 14

Karolina Kępska

Marketing Managerka w National Geographic Learning Polska, wydawnictwie Nowa Era, należącej do grupy Sanoma Learning, jest specjalistką w dziedzinie marketingu cyfrowego. Jej posiadanie akredytacji DIMAQ Professional nadanej przez IAB potwierdza zaawansowaną wiedzę i kompetencje w obszarze DIGITAL MARKETINGU. Jako entuzjastka Customer Experience, Design Thinking i Futures Thinking, Karolina nieustannie poszukuje sposobów na ulepszanie strategii interakcji z klientami, korzystając z innowacyjnych metod projektowania usług (Service Design). Z zaangażowaniem śledzi najnowsze trendy w marketingu cyfrowym i wykorzystuje je w planowanych strategiach, które dzięki temu odpowiadają na potrzeby rynku oraz antycypują kierunki rozwoju branży. Analiza danych jest fundamentem rozwijanego przez nią podejścia opartego na danych (data driven mindset). Karolina jest również dumna ze swojego wystąpienia na konferencji TEDx Katowice, podczas której miała okazję inspirować audytorium do refleksji nad relacjami międzyludzkimi. Zaangażowana w ciągły rozwój umiejętności zarządzania projektami i strategicznego myślenia, Karolina konsekwentnie podnosi poprzeczkę w dziedzinie marketingu edukacyjnego.



9 z 14

r. pr. dr Michał Krzewicki

Radca prawny, absolwent prawa i ekonomii, doktor nauk prawnych – specjalność: prawo cywilne. Autor publikacji z zakresu prawa cywilnego, ubezpieczeniowego i ochrony danych osobowych. Posiada wieloletnie doświadczenie w obsłudze prawnej przedsiębiorców z branży finansowej, IT, e-commerce i e-marketingu. W ramach swojej kancelarii prawnej kompleksowo wspiera przedsiębiorców działających w Internecie m.in. w zakresie wdrożenia przepisów RODO. Od 2018 r. pełni funkcję Inspektora Ochrony Danych.



10 z 14

Leszek Nowak

Certyfikowany trener DIMAQ (IAB), ekspert i doradca w obszarze marketingu cyfrowego (digital). Posiada dwudziestoletnią praktykę w budowie strategii marketingowych, projektowaniu procesów sprzedaży, realizacji działań komunikacyjnych, zarówno dla dużych, międzynarodowych korporacji, jak i w mniejszych firmach z polskim kapitałem. W swoim życiu zawodowym prowadził własną agencję interaktywną NetMarkets, a także zarządzał agencją OS3. Pracował jako doradca zarządu ds. E-Commerce w Danhoss. Kierował marketingiem usług dodanych w T-Mobile. Wcześniej był konsultantem w zakresie doradztwa marketingowego w Ernst&Young (obecnie EY). Doświadczony szkoleniowiec w obszarze marketingu internetowego. Zaczynał w latach 1996-1997, prowadząc cykl

szkoleniowy o roli i możliwościach wykorzystania internetu w biznesie dla oddziałów terenowych Polskiej Agencji Rozwoju Regionalnego na terenie całej Polski. Od marca 2019 roku jest certyfikowanym trenerem w standardzie DIMAQ - międzynarodowym, prestiżowym programie certyfikacji kwalifikacji digital marketingowych, stworzonym przez Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska.



11 z 14

Justyna Bakalarska-Stankiewicz

konsultantka i trenerka biznesowa w dziedzinie marketingu internetowego. Szkoli w zakresie komunikacji inkluzywnej, content marketingu i copywritingu. Wykładowczyni akademicka. Dziennikarka i autorka bestsellerowych książek Różnorodność. O prawdziwym wizerunku kobiet nie tylko w marketingu, Marketing wartości, Content marketing. Od strategii do efektów oraz Copywriting sprzedażowy. Język korzyści w praktyce. Prelegentka branżowych konferencji, m.in. Forum IAB czy I love Marketing&Technology.



12 z 14

Anna Zaborowska

Specjalistka SEO content marketingu. Z tworzeniem treści związana od ponad 10 lat: od korekty tekstu poprzez pisanie aż po prowadzenie projektów contentowych dla klientów korporacyjnych. Absolwentka filologii polskiej KUL ze specjalizacjami: tekstologiczno-redakcyjną oraz glottodydaktyczną. Trenerka webwritingu. Od 4 lat związana zawodowo z agencją Performance Media, gdzie odpowiada za koordynację procesów tworzenia tekstów pisanych zarówno przez człowieka, jak i AI.



13 z 14

Magdalena Mulenga

Z branżą marketingową związana od 19 lat. Od 10 lat w grupie dentsu gdzie aktualnie odpowiada za zarządzanie kampaniami klientów w obszarze digital marketing. Wcześniej pracowała w domu mediowym, agencji performance marketing oraz agencji e-commerce. Posiada bogate multidyscyplinarne doświadczenie w pracy na styku mediów, performance oraz e-commerce zbudowane dzięki prowadzeniu wielu projektów realizowanych we współpracy z szerokim portfolio klientów. Niezależnie od pracy w branży marketingowej Magdalena prowadzi również autorskie projekty w zakresie edukacji dzieci i młodzieży. Absolwentka socjologii na Uniwersytecie Warszawskim.



14 z 14

Iga Montwiłł

Specjalizuje się w marketingu strategicznym oraz kreowaniu marek. Od ponad 13 lat związana z portalami horyzontalnymi, zdobywając doświadczenie w tworzeniu i realizacji kompleksowych strategii marketingowych w środowisku digitalowym. Absolwentka studiów na kierunku Sztuka Nowych Mediów oraz Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna. Ukończyła również studia podyplomowe Biznes.ai: Zarządzanie Projektami Sztucznej Inteligencji w Akademii Leona Koźmińskiego. Posiada międzynarodowy certyfikat DIMAQ Professional, potwierdzający zaawansowaną wiedzę i kompetencje w zakresie digital marketingu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Opracowania autorskie, akty prawne, konspekty, prezentacje, zadania. Przygotowywane do każdego modułu przez prowadzących, zamieszczane w formie elektronicznej w zespole w aplikacji MS TEAMS.

Warunki uczestnictwa

Aby zostać uczestnikiem studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito, należy:

mieć ukończone studia licencjackie, inżynierskie lub magisterskie,

złożyć komplet dokumentów i spełnić wymogi rekrutacyjne,

o przyjęciu decyduje kolejność zgłoszeń.

UWAGA: W przypadku, gdy nie zbierze się odpowiednia ilość osób. Wykonawca zastrzega sobie prawo do odwołania studiów

Warunki techniczne

Zajęcia zdalne prowadzone są za pośrednictwem aplikacji Microsoft Teams w formie pracy zespołowej wykorzystując czaty, spotkania i rozmowy w wielu oknach, przypięte kanały oraz integrację zadań z aplikacjami. Uczestnicy korzystają z aplikacji Teams w ramach Microsoft Office 365 bezpłatnie. W celu prawidłowego i pełnego korzystania ze szkolenia należy posiadać urządzenie (komputer, laptop lub smartfon) z dostępem do Internetu, wbudowaną kamerą i mikrofonem, głośnikami (wejście słuchawkowe/ słuchawki) komputer z aktualnym systemem operacyjnym Microsoft Windows lub macOS aktualna wersja przeglądarki internetowej stałe łącze internetowe.

Kontakt



Magdalena Dudzik-Grobelna

E-mail magdalena.dudzik-grobelna@wroclaw.merito.pl

Telefon (+48) 713 561 620