



Uniwersytet WSB  
Merito w Poznaniu

★★★★☆ 4,4 / 5

683 oceny

## Social media i influencer marketing

Numer usługi 2026/05/11/7405/3551464

- 📖 Studia podyplomowe
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 144:30 h
- 📅 24.10.2026 do 27.06.2027

7 150,00 PLN brutto

7 150,00 PLN netto

49,48 PLN brutto/h

49,48 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Sprzedaż
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 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.</li><li>• 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.</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	18
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	35
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	23-10-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	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.)
<b>Zakres uprawnień</b>	Studia podyplomowe

## Cel

### Cel edukacyjny

Celem studiów jest kompleksowe przygotowanie uczestników do skutecznego planowania, realizacji i optymalizacji działań marketingowych w mediach społecznościowych oraz do profesjonalnej współpracy z influencerami.

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
<p><b>WIEDZA</b>            Opisuje i charakteryzuje podstawowe strategie marketingowe wykorzystywane w mediach społecznościowych, rozumie rolę social media w strategii firmy oraz opisuje trendy i narzędzia analityczne stosowane do analizy zachowań konsumentów.            Opisuje specyfikę i różnice między głównymi kanałami social media (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube) oraz opisuje jak można efektywnie wykorzystać je w działaniach marketingowych.            Prawne aspekty marketingu: wskazuje i interpretuje prawno związane z marketingiem w social mediach, w tym prawa autorskie, ochronę danych osobowych oraz regulacje dotyczące współpracy z influencerami.</p>	<p>Analiza i interpretacja studium przypadku dotyczącego implementacji strategii social media w firmie, z naciskiem na identyfikację trendów i wykorzystanie narzędzi analitycznych.</p>	<p>Analiza dowodów i deklaracji</p>
<p><b>UMIEJĘTNOŚCI</b>            Tworzy i wdraża strategię            Tworzy i wdraża skuteczną strategię social media, dostosowaną do specyfiki branży i potrzeb firmy, oraz monitorować jej efektywność.            Analizuje i dokonuje segmentacji konsumentów.            Analizuje zachowania konsumentów w mediach społecznościowych za pomocą dostępnych narzędzi analitycznych oraz tworzy persony i mapy podróży klienta.            Zarządza kryzysowymi sytuacjami w mediach społecznościowych, szybko reaguje na negatywne komentarze i sytuacje kryzysowe, minimalizując ich wpływ na wizerunek firmy.</p>	<p>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.</p>	<p>Wywiad swobodny</p> <p>Prezentacja</p> <p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p><b>SPOŁECZNE</b>  Komunikacja i współpraca: efektywnie komunikuje się z zespołem oraz zewnętrznymi partnerami, takimi jak influencerzy, blogerzy czy agencje marketingowe, Buduje trwałe relacje oparte na wzajemnym zaufaniu.  Kreatywność i innowacyjność: 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: Postępuje etycznie w marketingu, zgodnie z zasadami odpowiedzialności społecznej.  Działa zgodnie z zasadami, dbając o pozytywny wizerunek firmy i zaufanie konsumentów.</p>	<p>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.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <hr/> <p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>

## 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

Nazwa Podmiotu certyfikującego

nie dotyczy

## Program

### 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.)
- Employer branding w social media (4 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 (4 godz.)
- Planowanie kampanii z influencerami (16 godz.)
- Storytelling (8 godz.)

## PRAWNE ASPEKTY MARKETINGU SOCIAL MEDIACH (8 godz.)

## SEMINARIUM DYPLOMOWE (8 godz.)

## Egzamin (2 godz.)

---

### INFORMACJE DODATKOWE:

- **Czas trwania studiów (liczbę semestrów):** 2 semestry
- **Liczbę możliwych do zdobycia punktów ECTS:** 30 pkt. ECTS
- **Liczbę godzin dydaktycznych:** 166 godzin
- **Liczba godzin zegarowych bez przerw:** 124,5
- **Liczba godzin zegarowych z przerwami:** 144,50 = 144:30
- **Harmonogram uwzględnia przerwy.**
- **Informację o sposobie walidacji:** Praca dyplomowa w formie projektu oraz obrona
- **Rodzaj dokumentu potwierdzającego ukończenie studiów:** Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych
- Szczegółowy harmonogram zajęć **może ulec modyfikacjom** w zakresie realizowanych przedmiotów oraz osób realizujących zajęcia. Zmianie nie ulegają: terminy zjazdów oraz łączna liczba godzin dydaktycznych w ramach studiów podyplomowych.

Szczegółowy harmonogram zajęć, zawierający tematy, godziny oraz nazwiska prowadzących, będzie na bieżąco uzupełniany w zakładce "Harmonogram". Aktualizacja odbywa się sukcesywnie, w miarę potwierdzania terminów przez prowadzących.

### ORGANIZACJA ZJAZDÓW:

Zjazdy odbywają się średnio jeden lub dwa razy w miesiącu:

- **sobota** w godzinach **08:00 do 15:00 lub od 09:00 do 16:00**
- **niedziela** w godzinach **08:00 do 15:00 lub od 09:00 do 16:00**
- **w wyjątkowych sytuacjach** zajęcia mogą odbyć się również w **piątek** w godzinach **16:00-21:00**.

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 68

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 68 Social media i influencer marketing w strategii firmy	Zajęcia	Joanna Cieślak	24-10-2026	09:00	12:00	03:00
2 z 68 -	Przerwa	-	24-10-2026	12:00	13:00	01:00
3 z 68 Social media i influencer marketing w strategii firmy	Zajęcia	Joanna Cieślak	24-10-2026	13:00	16:00	03:00
4 z 68 Podstawy strategii social media	Zajęcia	Franciszek Budzbon	25-10-2026	09:00	12:00	03:00
5 z 68 -	Przerwa	-	25-10-2026	12:00	13:00	01:00
6 z 68 Podstawy strategii social media	Zajęcia	Franciszek Budzbon	25-10-2026	13:00	16:00	03:00
7 z 68 Content marketing w social media	Zajęcia	Hanna Bielerzewska	06-11-2026	16:00	17:30	01:30
8 z 68 -	Przerwa	-	06-11-2026	17:30	18:00	00:30
9 z 68 Content marketing w social media	Zajęcia	Hanna Bielerzewska	06-11-2026	18:00	19:30	01:30
10 z 68 Narzędzia social media	Zajęcia	Maciej Zachwieja	07-11-2026	09:00	12:00	03:00
11 z 68 -	Przerwa	-	07-11-2026	12:00	13:00	01:00
12 z 68 Narzędzia social media	Zajęcia	Maciej Zachwieja	07-11-2026	13:00	16:00	03:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>13 z 68</b> Trendy konsumenckie i ich implementacja w social media	Zajęcia	Sławomir Kośmicki	08-11-2026	09:00	12:00	03:00
<b>14 z 68</b> -	Przerwa	-	08-11-2026	12:00	13:00	01:00
<b>15 z 68</b> Trendy konsumenckie i ich implementacja w social media	Zajęcia	Sławomir Kośmicki	08-11-2026	13:00	16:00	03:00
<b>16 z 68</b> Employer branding w social media	Zajęcia	Klaudia Idziak	20-11-2026	16:00	17:30	01:30
<b>17 z 68</b> -	Przerwa	-	20-11-2026	17:30	18:00	00:30
<b>18 z 68</b> Employer branding w social media	Zajęcia	Klaudia Idziak	20-11-2026	18:00	19:30	01:30
<b>19 z 68</b> Analiza zachowań konsumenta w social media – narzędzia	Zajęcia	Joanna Bogielczyk	21-11-2026	09:00	12:00	03:00
<b>20 z 68</b> -	Przerwa	-	21-11-2026	12:00	13:00	01:00
<b>21 z 68</b> Analiza zachowań konsumenta w social media – narzędzia	Zajęcia	Joanna Bogielczyk	21-11-2026	13:00	16:00	03:00
<b>22 z 68</b> Zarządzanie kryzysem w social mediach	Zajęcia	Piotr Kalewski	22-11-2026	09:00	12:00	03:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
23 z 68 -	Przerwa	-	22-11-2026	12:00	13:00	01:00
24 z 68 Zarządzanie kryzysem w social mediach	Zajęcia	Piotr Kalewski	22-11-2026	13:00	16:00	03:00
25 z 68 Instagram marketing	Zajęcia	Joanna Bogielczyk	12-12-2026	09:00	12:00	03:00
26 z 68 -	Przerwa	-	12-12-2026	12:00	13:00	01:00
27 z 68 Instagram marketing	Zajęcia	Joanna Bogielczyk	12-12-2026	13:00	16:00	03:00
28 z 68 Persona i podróż klienta w social media	Zajęcia	Sławomir Kośmicki	13-12-2026	09:00	12:00	03:00
29 z 68 -	Przerwa	-	13-12-2026	12:00	13:00	01:00
30 z 68 Persona i podróż klienta w social media	Zajęcia	Sławomir Kośmicki	13-12-2026	13:00	16:00	03:00
31 z 68 Facebook marketing	Zajęcia	Joanna Bogielczyk	16-01-2027	09:00	12:00	03:00
32 z 68 -	Przerwa	-	16-01-2027	12:00	13:00	01:00
33 z 68 Facebook marketing	Zajęcia	Joanna Bogielczyk	16-01-2027	13:00	16:00	03:00
34 z 68 Seminarium	Zajęcia	Sławomir Kośmicki	05-02-2027	17:00	18:30	01:30
35 z 68 Planowanie kampanii z influencerami	Zajęcia	Ligia Marciniak	06-02-2027	09:00	12:00	03:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
36 z 68 -	Przerwa	-	06-02-2027	12:00	13:00	01:00
37 z 68 Planowanie kampanii z influencerami	Zajęcia	Ligia Marciniak	06-02-2027	13:00	16:00	03:00
38 z 68 Tik Tok	Zajęcia	Joanna Bogielczyk	07-02-2027	09:00	12:00	03:00
39 z 68 -	Przerwa	-	07-02-2027	12:00	13:00	01:00
40 z 68 Tik Tok	Zajęcia	Joanna Bogielczyk	07-02-2027	13:00	16:00	03:00
41 z 68 Seminarium	Zajęcia	Joanna Bogielczyk	05-03-2027	16:00	17:30	01:30
42 z 68 Planowanie kampanii z influencerami	Zajęcia	Ligia Marciniak	06-03-2027	09:00	12:00	03:00
43 z 68 -	Przerwa	-	06-03-2027	12:00	13:00	01:00
44 z 68 Planowanie kampanii z influencerami	Zajęcia	Ligia Marciniak	06-03-2027	13:00	16:00	03:00
45 z 68 LinkedIn marketing	Zajęcia	Dagmara Pakulska-Porembińska	07-03-2027	09:00	12:00	03:00
46 z 68 -	Przerwa	-	07-03-2027	12:00	13:00	01:00
47 z 68 LinkedIn marketing	Zajęcia	Dagmara Pakulska-Porembińska	07-03-2027	13:00	16:00	03:00
48 z 68 YouTube i video marketing	Zajęcia	Filip Karpiński	20-03-2027	09:00	12:00	03:00
49 z 68 -	Przerwa	-	20-03-2027	12:00	13:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
50 z 68 YouTube i video marketing	Zajęcia	Filip Karpiński	20-03-2027	13:00	16:00	03:00
51 z 68 Seminarium	Zajęcia	Sławomir Kośmicki	20-03-2027	16:00	16:45	00:45
52 z 68 YouTube i video marketing	Zajęcia	Filip Karpiński	21-03-2027	09:00	12:00	03:00
53 z 68 -	Przerwa	-	21-03-2027	12:00	13:00	01:00
54 z 68 YouTube i video marketing	Zajęcia	Filip Karpiński	21-03-2027	13:00	16:00	03:00
55 z 68 Storytelling	Zajęcia	Sławomir Kośmicki	10-04-2027	09:00	12:00	03:00
56 z 68 -	Przerwa	-	10-04-2027	12:00	13:00	01:00
57 z 68 Storytelling	Zajęcia	Sławomir Kośmicki	10-04-2027	13:00	16:00	03:00
58 z 68 Blogosfera i influencer marketing	Zajęcia	Ligia Marciniak	11-04-2027	09:00	12:00	03:00
59 z 68 -	Przerwa	-	11-04-2027	12:00	13:00	01:00
60 z 68 Seminarium	Zajęcia	Sławomir Kośmicki	11-04-2027	13:00	14:30	01:30
61 z 68 PRAWNE ASPEKTY MARKETINGU SOCIAL MEDIACH	Zajęcia	Tomasz Izydorczyk	08-05-2027	09:00	12:00	03:00
62 z 68 -	Przerwa	-	08-05-2027	12:00	13:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>63 z 68</b> PRAWNE ASPEKTY MARKETINGU SOCIAL MEDIACH	Zajęcia	Tomasz Izydorczyk	08-05-2027	13:00	16:00	03:00
<b>64 z 68</b> Seminarium	Zajęcia	Joanna Bogielczyk	08-05-2027	16:00	16:45	00:45
<b>65 z 68</b> Podstawy strategii social media	Zajęcia	Franciszek Budzbon	09-05-2027	09:00	12:00	03:00
<b>66 z 68</b> -	Przerwa	-	09-05-2027	12:00	13:00	01:00
<b>67 z 68</b> Podstawy strategii social media	Zajęcia	Franciszek Budzbon	09-05-2027	13:00	16:00	03:00
<b>68 z 68</b> -	Walidacja	-	22-05-2027	09:00	10:30	01:30

## Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	144:30
w tym suma godzin zajęć	123:00
w tym suma godzin walidacji	01:30
w tym suma przerw	20:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	166:00

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	7 150,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 150,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	49,48 PLN
Koszt osobogodziny netto	49,48 PLN
W tym koszt walidacji brutto	280,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	280,00 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	144:30

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 13



1 z 13

### Franciszek Budzbon

Specjalista w zakresie brandingu, marketingu strategicznego oraz komunikacji wizualnej. Pełni funkcję Brand Managera, gdzie odpowiada za tworzenie strategii marek, planowanie kampanii oraz rozwój komunikacji marketingowej. Od ponad 5 lat prowadzi szkolenia i zajęcia z zakresu marketingu internetowego, social media oraz budowania marki osobistej. Współpracuje z firmami i instytucjami edukacyjnymi, łącząc wiedzę praktyczną z najnowszymi trendami w komunikacji i brandingu.



2 z 13

### Filip Karpiński

W swojej pracy łączy produkcję filmową z rozwiązaniami IT szukając najbardziej efektywnych i zoptymalizowanych kierunków promocji. Od ponad 14 lat doradza firmom jak przenieść swój biznes do świata internetu. Współpracuje z firmami z różnych branż od usługowej, po handlową i produkcyjną. Tworzony content reklamowy emitowany jest w wielu krajach promując produkty i usługi poprzez szereg platform. Przedsiębiorca. Założyciel agencji reklamowej Montownia.com zajmującej się video marketingiem. Pasjonat rowerów, motoryzacji, podróży. Absolwent Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

Współpracował z takimi markami jak REHAU, SWISS KRONO, Grupa Muszkieterów, AL-KO, JOSERA

Petfood, TYGRYSKI/LAPSY, Galeria POSNANIA, BMW INCHCAPE, AGROBEX, IAM Warszawa, TEDx Poznań, Automobilklub Wielkopolski, ICHOT Brama Poznań.



3 z 13

### Sławomir Kośmicki

Praktyk biznesu od co najmniej 5 lat. Od 20 lat prowadzi firmę Navigator Doradztwo Gospodarcze. Zajmuje się prowadzeniem szkoleń, coachingu i doradztwa.

Absolwent Politechniki Poznańskiej, MBA na AE i Georgia States University, ukończył Psychologię w Zarządzaniu na UAM Poznań.

Zajmuje się kompetencjami pracowników, ustalaniem strategii przedsiębiorstw, wartościowaniem wynagrodzeń.



4 z 13

### Piotr Kalewski

Strateg marketingu B2B | Praktyk event marketingu | CEO Event Marketing Institute. Z ponad 12-letnim doświadczeniem w budowaniu skutecznych strategii marketingowych, specjalizuje się w wykorzystaniu event marketingu do budowania trwałych relacji biznesowych. Przeszedł pełną ścieżkę w branży eventowej, rozpoczynając jako organizator wydarzeń dla NGO, następnie jako specjalista ds. eventów w hotelach, by przez kolejne 11 lat zdobywać doświadczenie w agencji eventowej - od stanowiska juniora do stratega. Założył własną agencję eventową na Mazurach, a od 2019 roku współpracuje strategicznie jako Head of Marketing po stronie klienta. Obecnie jest CEO Event Marketing Institute - przestrzeni łączącej biznes i naukę, gdzie wspiera marki w tworzeniu innowacyjnych strategii opartych na doświadczeniach klientów.



5 z 13

### 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.

Doświadczenie zawodowe wykładowca zdobywał także w ciągu ostatnich 5 lat



6 z 13

### Joanna Bogielczyk

Magister socjologii oraz antropologii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Pracę zawodową rozpoczęła w Colgate-Palmolive Poland Sp. z o.o., gdzie przez blisko 10 lat odpowiadała za kontakty ze środowiskiem medyczno-farmaceutycznym.

Doświadczenie zawodowe wykładowca zdobywał także w ciągu ostatnich 5 lat.

W 2008 roku postanowiła wykorzystać doświadczenie zdobyte w korporacji i założyła własną firmę „Ekspert”. Pomaga w kreowaniu silnych marek, w dotarciu do idealnych klientów i partnerów biznesowych. Realizowała projekty w obszarze strategii budowania marki osobistej i empolyer brandindu. Jest znakomitym praktykiem budowania wizerunku eksperta. Pomaga w tworzeniu silnych marek, w promocji i w zwiększaniu sprzedaży. Uczy jak skalować i automatyzować biznes za pomocą mediów społecznościowych. Współpracuje z setkami przedsiębiorstw, organami administracji samorządowych i organizacjami biznesowymi.

Jest ekspertem w dziedzinie mediów społecznościowych. Klienci cenią jej pragmatyzm, bo poleca tylko sprawdzone rozwiązania.

7 z 13



### Ligia Marciniak

Specjalizuje się w storytellingu, komunikacji marki oraz tworzeniu angażujących treści w mediach społecznościowych. Na co dzień wspiera marki i twórców w budowaniu autentycznych historii, które wzmacniają relacje z odbiorcami i zwiększają skuteczność działań marketingowych. W pracy dydaktycznej stawia na praktyczne podejście, łącząc kreatywność z realnymi przykładami z rynku.



8 z 13

### Tomasz Izydorzyc

Prawnik, ekspert w zakresie ochrony danych osobowych, nowych technologii oraz zgodności z RODO. Certyfikowany audytor wiodący ISO 27001 i Inspektor Ochrony Danych. Od wielu lat doradca przedsiębiorstwom oraz instytucjom publicznym w obszarze prawa nowych technologii, bezpieczeństwa informacji i zarządzania ryzykiem. Prowadzi szkolenia i zajęcia na studiach podyplomowych z zakresu ochrony danych osobowych, prawa nowych technologii oraz sztucznej inteligencji.



9 z 13

### Hanna Bielerzewska

Specjalistka w zakresie social media, komunikacji i public relations, związana z branżą marketingową oraz projektami digitalowymi. Posiada doświadczenie w budowaniu strategii komunikacji, prowadzeniu działań w mediach społecznościowych oraz współpracy z klientami biznesowymi. W swojej pracy koncentruje się na efektywnym wykorzystaniu narzędzi online, łącząc aspekty wizerunkowe z celami sprzedażowymi i marketingowymi.



10 z 13

### Maciej Zachwieja

Specjalista ds. social media i influencer marketingu związany z agencją kreatywną Cheers Stories. Specjalizuje się w tworzeniu strategii komunikacji, prowadzeniu kampanii w mediach społecznościowych oraz współpracy z influencerami. Posiada doświadczenie w przygotowywaniu contentu, obsłudze kanałów digitalowych i realizacji projektów marketingowych dla marek, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji online i budowania zaangażowania odbiorców.



11 z 13

### Dagmara Pakulska-Porembińska

Ekspertka w zakresie strategii social media, komunikacji cyfrowej oraz budowania marki osobistej online. Od lat wspiera organizacje i specjalistów w skutecznym wykorzystywaniu mediów społecznościowych w działaniach marketingowych i wizerunkowych. Specjalizuje się w pracy z platformami takimi jak LinkedIn, Facebook, Instagram i TikTok. Prowadzi szkolenia z zakresu personal branding, tworzenia treści oraz budowania profesjonalnej obecności w sieci. W swojej pracy łączy wiedzę teoretyczną z doświadczeniem praktycznym, koncentrując się na dostarczaniu uczestnikom konkretnych narzędzi i rozwiązań możliwych do wdrożenia.



12 z 13

### Joanna Cieślak

Ekspertka związana z marką MarkaEksperta, specjalizująca się w budowaniu marki, komunikacji marketingowej oraz strategiach personal branding. Na co dzień wspiera firmy i ekspertów w świadomym kreowaniu wizerunku, skutecznej komunikacji oraz rozwoju obecności w mediach społecznościowych. W swojej pracy łączy wiedzę strategiczną z praktycznym podejściem, dzieląc się doświadczeniem podczas szkoleń i zajęć dydaktycznych.



13 z 13

## Klaudia Idziak

Absolwentka studiów magisterskich z zakresu zarządzania na Uniwersytecie WSB Merito. Ukończyła studia podyplomowe: Innowacyjne zarządzania marką oraz Branding i content marketing. Autorka programu studiów podyplomowych Event Manager na Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu. Koordynator studiów podyplomowych i szkoleń. Przez ponad 5 lat pracowała w branży turystycznej współpracując ze znanymi touroperatorami (Itaka, TUI, Coral Travel). Jako Junior Event Manager w sprawny.marketing uczestniczyła w przygotowaniach największych wydarzeń marketingowych w Polsce. Obecnie koordynuje szkoleniami, warsztatami i wydarzeniami dla biznesu na Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu. Tworzy również treści na potrzeby promocji warsztatów i inicjuje działania marketingowe.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Podczas zjazdu każdy uczestnik programu otrzymuje komplet materiałów dydaktycznych na platformie MS Teams. Materiały te przygotowują wykładowcy, dostosowując je do specyfiki prowadzonego tematu.

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.

## Warunki uczestnictwa

Zapisów na studia podyplomowe można dokonać zgodnie z obowiązującym regulaminem za pośrednictwem strony internetowej Uniwersytetu WSB Merito, wybierając jedną z dostępnych filii:

- Chorzów
- Poznań
- Szczecin
- Warszawa

Rejestracja odbywa się poprzez formularz online dostępny pod adresem: <https://www.merito.pl/rekrutacja/krok1>, a także poprzez osobiste dostarczenie kompletu wymaganych dokumentów do Biura Rekrutacji wybranej filii uczelni.

### Kryteria kwalifikacyjne do udziału w programie:

- ukończone studia wyższe I lub II stopnia,
- spełnienie warunków określonych w procedurze rekrutacyjnej.

## Informacje dodatkowe

- Cena usługi **nie obejmuje opłaty wpisowej oraz opłaty końcowej.**
- **Usługa kształcenia świadczona przez Uniwersytet WSB Merito jest zwolniona z podatku VAT zgodnie z art. 43 ust. 1 pkt 26 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. 2023 poz. 1570). Zwolnienie obejmuje usługi edukacyjne realizowane przez uczelnie wyższe na podstawie przepisów ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.**

### REALIZACJA PROJEKTÓW:

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu realizuje projekty szkoleniowe w ramach współpracy z instytucjami rynku pracy tj.:

- Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu – **Kierunek Rozwój,**
- Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie – **Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.**

**Jednocześnie informujemy, że usługa nie obejmuje udziału uczestników projektów:**

- **Małopolski Pociąg do Kariery** (Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie),
- **Zawodowa reaktywacja** (projekt realizowany w Łodzi).

## Warunki techniczne

Uczestnik programu zdobywa nową wiedzę oraz praktyczne umiejętności dzięki zajęciom prowadzonym na platformie **Microsoft Teams**. Komunikuje się z wykładowcami i pozostałymi uczestnikami studiów w czasie rzeczywistym (w trybie synchronicznym), co umożliwia aktywne uczestnictwo i bieżącą interakcję.

### **Wymagania techniczne:**

Aby uczestniczyć w zajęciach online, potrzebne są:

- minimalne wymagania sprzętowe: 2 GB RAM, procesor i5, niezbędne oprogramowanie: system operacyjny: windows min. 7, iOS, linux.
- komputer wyposażony w głośniki i mikrofon (wbudowane lub zewnętrzne),
- stabilne połączenie z Internetem, minimalne wymagania dot. parametrów łącza sieciowego: 30 Mbit/s
- słuchawki (zalecane, choć opcjonalne),
- kamera internetowa (opcjonalna, lecz przydatna podczas aktywnych form zajęć).

## Kontakt



**Monika Plewa**

**E-mail** [rekrutacja-sp@poznan.merito](mailto:rekrutacja-sp@poznan.merito)

**Telefon** (+48) 616 553 300