



WYŻSZA SZKOŁA
INFORMATYKI I
ZARZĄDZANIA Z
SIEDZIBĄ W
RZESZOWIE

★★★★★ 4,6 / 5
725 ocen

Business Strategy and Brand Management

Numer usługi 2026/07/30/14073/3718914

5 700,00 PLN brutto

5 700,00 PLN netto

85,07 PLN brutto/h

85,07 PLN netto/h

284,58 PLN cena rynkowa ⓘ

- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 67:00 h
- 📅 19.09.2026 do 31.01.2027

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Grupa docelowa usługi	- Kadra zarządzająca średniego i wyższego szczebla - Specjaliści marketingu strategicznego i zarządzania marką - Specjaliści ds. komunikacji korporacyjnej i HR - Menedżerowie podejmujący decyzje w oparciu o dane. - Przedsiębiorcy i właściciele firm - Konsultanci i architekci strategii w firmach
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	18-09-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
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	Kursy i szkolenia

Cel

Cel edukacyjny

Celem 16-tygodniowego programu jest transformacja kompetencji przywódczych i strategicznych kadry zarządzającej. Uczestnicy opanują nowoczesne zarządzanie biznesem i marką, analizę zachowań konsumenckich oraz narzędzia AI i

marketingu cyfrowego. Kurs rozwija myślenie strategiczne, umiejętność podejmowania decyzji w oparciu o dane (statystyka i badania rynku) oraz budowanie kultury organizacji poprzez employer branding, prawo własności intelektualnej i autentyczne przywództwo.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zna nowoczesne koncepcje zarządzania strategicznego, zaawansowane mechanizmy pozycjonowania marki (Brand Orientation)	Definiuje i rozróżnia kluczowe pojęcia z zakresu strategii biznesowej i zarządzania marką	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje kompleksowe strategie biznesowe i wizerunkowe, które skutecznie integrują analizę zachowań konsumentckich (Consumer Behavior) z działaniami z zakresu employer brandingu oraz ochrony własności intelektualnej.	Przygotowuje i prezentuje strategię komunikacji korporacyjnej dopasowaną do zidentyfikowanych potrzeb grupy docelowej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Przejawia zorientowanie na innowacje i przedsiębiorcze myślenie strategiczne (Strategic Thinking) w codziennej praktyce biznesowej, dążąc do ciągłego rozwoju organizacji w dynamicznym środowisku cyfrowym.	Proponuje innowacyjne rozwiązania technologiczne lub procesowe dla tradycyjnego modelu biznesowego podczas dyskusji moderowanej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

- Consumer Anthropology / Understanding Market Research
- Consumer Neuro-Psychology
- Contemporary Consumer Trends: Implications for Strategic Branding
- Corporate Communication
- Digital Marketing and AI
- Essentials of Intellectual Property Law for Managers
- Human Resources Management and Managing Employer Brand
- Services Marketing
- Strategic Brand Management
- Strategic Thinking and Disruptive Business Models
- Unlocking the Power of Statistics in Management

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 49

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 49 Consumer Anthropology / Understanding Market Research	Zajęcia	Prof. Dr. Susran Erkan Eroğlu	19-09-2026	17:00	19:30	02:30
2 z 49 -	Przerwa	-	19-09-2026	19:30	19:45	00:15
3 z 49 Consumer Anthropology / Understanding Market Research	Zajęcia	Prof. Dr. Susran Erkan Eroğlu	20-09-2026	17:00	19:30	02:30
4 z 49 -	Przerwa	-	20-09-2026	19:30	19:45	00:15
5 z 49 Consumer Neuro-Psychology	Zajęcia	dr Bartolomeo Bialas	26-09-2026	17:00	19:30	02:30
6 z 49 -	Przerwa	-	26-09-2026	19:30	19:45	00:15
7 z 49 Consumer Neuro-Psychology	Zajęcia	dr Bartolomeo Bialas	27-09-2026	17:00	19:30	02:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 49 -	Przerwa	-	27-09-2026	19:30	19:45	00:15
9 z 49 Contemporary Consumer Trends: Implications for Strategic Branding	Zajęcia	Prof. dr. hab. Adam Figiel	03-10-2026	17:00	19:30	02:30
10 z 49 -	Przerwa	-	03-10-2026	19:30	19:45	00:15
11 z 49 Contemporary Consumer Trends: Implications for Strategic Branding	Zajęcia	Prof. dr. hab. Adam Figiel	04-10-2026	17:00	19:30	02:30
12 z 49 -	Przerwa	-	04-10-2026	19:30	19:45	00:15
13 z 49 Corporate Communication	Zajęcia	Prof. Dr Beth Michalec	10-10-2026	17:00	19:30	02:30
14 z 49 -	Przerwa	-	10-10-2026	19:30	19:45	00:15
15 z 49 Corporate Communication	Zajęcia	Prof. Dr Beth Michalec	11-10-2026	17:00	19:30	02:30
16 z 49 -	Przerwa	-	11-10-2026	19:30	19:45	00:15
17 z 49 Digital Marketing and AI	Zajęcia	dr Ioseb "Soso" Gabelaia	17-10-2026	17:00	19:30	02:30
18 z 49 -	Przerwa	-	17-10-2026	19:30	19:45	00:15
19 z 49 Digital Marketing and AI	Zajęcia	dr Ioseb "Soso" Gabelaia	18-10-2026	17:00	19:30	02:30
20 z 49 -	Przerwa	-	18-10-2026	19:30	19:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 49 Essentials of Intellectual Property Law for Managers	Zajęcia	Prof. Hania Krück Bialas	24-10-2026	17:00	19:30	02:30
22 z 49 -	Przerwa	-	24-10-2026	19:30	19:45	00:15
23 z 49 Essentials of Intellectual Property Law for Managers	Zajęcia	Prof. Hania Krück Bialas	25-10-2026	17:00	19:30	02:30
24 z 49 -	Przerwa	-	25-10-2026	19:30	19:45	00:15
25 z 49 Human Resources Management and Managing Employer Brand	Zajęcia	Prof. dr. Beata Buchelt	07-11-2026	17:00	19:30	02:30
26 z 49 -	Przerwa	-	07-11-2026	19:30	19:45	00:15
27 z 49 Human Resources Management and Managing Employer Brand	Zajęcia	Prof. dr. Beata Buchelt	08-11-2026	17:00	19:30	02:30
28 z 49 -	Przerwa	-	08-11-2026	19:30	19:45	00:15
29 z 49 Services Marketing	Zajęcia	Prof. Jose Orozco	21-11-2026	17:00	19:30	02:30
30 z 49 -	Przerwa	-	21-11-2026	19:30	19:45	00:15
31 z 49 Services Marketing	Zajęcia	Prof. Jose Orozco	22-11-2026	17:00	19:30	02:30
32 z 49 -	Przerwa	-	22-11-2026	19:30	19:45	00:15
33 z 49 Strategic Brand Management	Zajęcia	dr Bartolomeo Bialas	28-11-2026	17:00	19:30	02:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
34 z 49 -	Przerwa	-	28-11-2026	19:30	19:45	00:15
35 z 49 Strategic Brand Management	Zajęcia	dr Bartolomeo Bialas	29-11-2026	17:00	19:30	02:30
36 z 49 -	Przerwa	-	29-11-2026	19:30	19:45	00:15
37 z 49 Strategic Thinking and Disruptive Business Models	Zajęcia	dr Bartolomeo Bialas	05-12-2026	17:00	19:30	02:30
38 z 49 -	Przerwa	-	05-12-2026	19:30	19:45	00:15
39 z 49 Strategic Thinking and Disruptive Business Models	Zajęcia	dr Bartolomeo Bialas	06-12-2026	17:00	19:30	02:30
40 z 49 -	Przerwa	-	06-12-2026	19:30	19:45	00:15
41 z 49 Strategic Thinking and Disruptive Business Models	Zajęcia	dr Bartolomeo Bialas	12-12-2026	17:00	19:30	02:30
42 z 49 -	Przerwa	-	12-12-2026	19:30	19:45	00:15
43 z 49 Strategic Thinking and Disruptive Business Models	Zajęcia	dr Bartolomeo Bialas	13-12-2026	17:00	19:30	02:30
44 z 49 -	Przerwa	-	13-12-2026	19:30	19:45	00:15
45 z 49 Unlocking the Power of Statistics in Management	Zajęcia	dr Izabela Cichocka	19-12-2026	17:00	19:30	02:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
46 z 49 -	Przerwa	-	19-12-2026	19:30	19:45	00:15
47 z 49 Unlocking the Power of Statistics in Management	Zajęcia	dr Izabela Cichocka	20-12-2026	17:00	19:30	02:30
48 z 49 -	Przerwa	-	20-12-2026	19:30	19:45	00:15
49 z 49 -	Walidacja	-	20-12-2026	19:45	20:45	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	67:00
w tym suma godzin zajęć	60:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	06:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	81:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 700,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 700,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	85,07 PLN
Koszt osobogodziny netto	85,07 PLN

Liczba godzin usługi

Prowadzący

Liczba prowadzących: 9



1 z 9

dr Bartolomeo Bialas

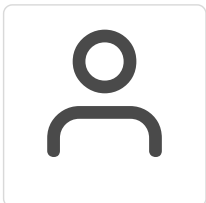
Od ponad 20 lat specjalizuje się w strategicznym brandingu i marketingu (Brand Strategy, Competitive Marketing Strategies, Cross-Cultural Consumer Psychology). Pracował dla agencji brandingowych, marketingowych i reklamowych oraz takich klientów jak: MGM Grand, Nevada Governor's Office of Economic Development, The Wynn Resort, New York-New York, Luxor Hotel & Casino, White Square Gallery (Berlin-Germany/Las Vegas-USA), The Rivers Casino (Pittsburgh, PA), RackStar, Plaza Hotel & Casino, ALDEC, Goodwill Industries International, ING Group. Profesor wizytujący na prestiżowych uniwersytetach w Ameryce Łacińskiej i Europie: University del Istmo Rafael Landivar University University del Valle Galen University University of Palermo Francisco Marroquin University International Business School / The University of Buckingham Bartolomeo Bialas prowadzi autorskie seminaria z takich przedmiotów, jak: Strategic Brand Management: Psychological and Cultural Perspectives, International Marketing: Cross-Cultural Market, Research and Export Management, Strategic Marketing: Advertising and Integrated Brand Promotion Perspective, Strategic Thinking, Global Consumer Behavior.



2 z 9

Prof. dr. Beata Buchelt

Profesor nadzwyczajny ekonomii w zakresie zarządzania, specjalizujący się w zarządzaniu zasobami ludzkimi (ZZL). Jest wybitnym ekspertem w dziedzinie kapitału ludzkiego w ochronie zdrowia, członkiem Komisji Akredytacyjnej przy Ministerstwie Zdrowia oraz oficjalnym ekspertem Ministerstwa Zdrowia w zakresie ZZL. Do jej funkcji kierowniczych należy m.in. pełnienie funkcji Dyrektora Centrum Ekonomiki i Zarządzania w Ochronie Zdrowia Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie (KUE) oraz Dyrektora programu MBA w Ochronie Zdrowia w Krakowskiej Szkole Biznesu KUE.



3 z 9

dr Izabela Cichocka

Absolwentka Wydziału Ekonomicznego Akademii Rolniczej w Krakowie, filii w Rzeszowie, uczestniczka wymiany naukowej na Uniwersytecie Purdue (USA). Uzyskała stopień doktora na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, koncentrując się na modelowaniu zachowań konsumentów na rynku żywności ekologicznej. Jej badania były finansowane przez Komitet Badań Naukowych.

Z Wyższą Szkołą Informatyki i Zarządzania związana jest od 2000 roku, gdzie była wykładowcą akademickim, autorką programów nauczania i promotorką blisko 300 prac magisterskich z zakresu zarządzania. Jej dorobek naukowy obejmuje artykuły naukowe, rozdziały w monografiach oraz udział w konferencjach krajowych i międzynarodowych oraz wymianach dydaktycznych w ramach programu Erasmus+.

Wcześniej pełniła funkcje sekretarza i zastępcy kierownika Katedry Metod Ilościowych w Ekonomii oraz zasiadała w Komisji ds. Jakości Kształcenia dla kierunków anglojęzycznych. Obecnie pełni funkcję prodziekana ds. zarządzania (kierunek anglojęzyczny) i prodziekana ds. informatyki stosowanej (kierunek anglojęzyczny). Jest redaktorem statystycznym kwartalnika Financial Internet Quarterly (indeksowanego w Web of Science – ESCI) i ekspertem ds. organizacji procesu dydaktycznego w ramach europejskiego sojuszu uniwersyteckiego SUNRISE.



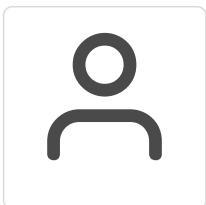
4 z 9

Prof. Dr. Susran Erkan Eroğlu

Prof. dr Susran Erkan Eroğlu jest uznanym na świecie badaczem socjologii i administracji publicznej. Jego kariera naukowa odzwierciedla wieloletnie zaangażowanie w dążenie do doskonałości intelektualnej i transformacyjnego przywództwa. Dzięki międzynarodowemu podejściu akademickiemu, kształtował globalne partnerstwa akademickie i reprezentował swoje instytucje w całej Europie z wizją, uczciwością i strategiczną dalekowzrocznością.

Jest płodnym badaczem i prelegentem. Jego praca łączy socjologię, prawa człowieka, komunikację międzykulturową i innowacje strategiczne, przyczyniając się do rozwoju wiodących międzynarodowych czasopism i inicjatyw finansowanych przez UE, które wspierają młodzież, kobiety i społeczności marginalizowane.

Będąc profesorem wizytującym w Polsce, na Litwie i Cyprze, a także prowadząc wykłady w ponad dwudziestu krajach europejskich, jest dynamicznym ambasadorem dialogu międzykulturowego i globalnego obywatelstwa. Znany ze swojego humanistycznego podejścia, wizjonerskiej wiedzy i wyjątkowego przywództwa, prof. dr Eroğlu uosabia rzadkie połączenie dogłębnej wiedzy akademickiej, międzynarodowych wpływów i inspirującego charakteru.



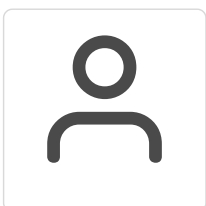
5 z 9

Prof. dr. hab. Adam Figiel

Profesor Adam Figiel jest wybitnym naukowcem z zakresu zarządzania strategicznego i marketingu, obecnie zatrudnionym na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie (UEK). Z ponad dwudziestoletnią karierą naukową, jest utalentowanym badaczem, wykładowcą i promotorem, aktywnie zaangażowanym we współpracę międzynarodową i badania interdyscyplinarne.

Współpracował szeroko z wiodącymi uniwersytetami europejskimi, a także instytucjami w Stanach Zjednoczonych. Na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie profesor Adam Figiel aktywnie uczestniczy w kształtowaniu strategii akademickiej jako członek Rady Wydziału i zasiada w licznych Radach Programów Studiów. Wypromował wielu doktorantów, wspierał złożone międzynarodowe projekty badawcze, doradzał firmom i prowadził zajęcia dydaktyczne w ramach kilku programów Executive MBA.

Jego zainteresowania naukowe obejmują zachowania konsumentów, zarządzanie marką, marketing i strategię biznesową, zarządzanie strategiczne oraz zarządzanie łańcuchem dostaw. Jest autorem i współautorem licznych publikacji w tych dziedzinach i jest laureatem licznych nagród uniwersyteckich, ministerialnych i państwowych.



6 z 9

dr Ioseb "Soso" Gabelaia

Dynamiczny i zorientowany na rezultaty lider z dwoma doktoratami. Doktor nauk o zarządzaniu (DBA) ze specjalizacją w marketingu; doktor nauk o edukacji (Ed. D) w zakresie przywództwa. Profesor nadzwyczajny; Dyrektor Programu MBA; Posiada uprawnienia eksperta w Łotewskiej Radzie Nauki w dziedzinie Nauk Społecznych – Komunikacja, Technologie Cyfrowe i Innowacje. Badacz w dziedzinie marketingu, w szczególności badający wpływ sztucznej inteligencji na

marketing i zachowania konsumentów, niewolnictwo korporacyjne oraz analitykę uczenia się. Przewodnicząca grupy badawczej. Członek Komitetu Organizacyjnego, recenzent i przewodniczący sesji kilku konferencji międzynarodowych.

Specjalista ds. marketingu, komunikacji i zarządzania z ponad piętnastoletnim doświadczeniem zawodowym. Zainwestowany w szkolnictwo wyższe jako biznes. Ekspert ds. zarządzania rekrutacją. Posiada certyfikat Six Sigma Master Black Belt (CSSMBB). Posiada akredytację Master Scrum (MSAC), certyfikat Design Thinking Professional (CDTP). Członek American Marketing Association (AMA) i European Marketing and Management Association (EUMMAS).

Osoba zaangażowana w edukację, coaching i mentoring studentów/uczniów w celu osiągnięcia celów życiowych. Trener i mentor. Wysoce zorganizowany, zdyscyplinowany i kompetentny lider, którego precyzyjne podejście przyniosło doskonałe rezultaty. Doskonałe umiejętności przywódcze i pracy zespołowej; zdolność do samodzielnej pracy w razie potrzeby.



7 z 9

Prof. Hania Krück Bialas

Dyrektor Regionalny, menedżer i prawnik kierujący praktyką własności intelektualnej w Tactic Legal. Posiada ponad 16-letnie doświadczenie w krajowych i międzynarodowych sprawach własności intelektualnej, specjalizuje się w prawie i biznesie cyfrowym, co zostało potwierdzone wyróżnieniem Uniwersytetu w Salamance w Hiszpanii. Jej praca koncentruje się na doradzaniu klientom w zakresie strategicznego wykorzystania, ochrony i egzekwowania praw z tytułu wartości niematerialnych w Gwatemali i za granicą. Nadzoruje również opracowywanie ram umownych dla transakcji dotyczących wartości niematerialnych oraz zarządza krajowymi i międzynarodowymi portfelami własności intelektualnej.

Hania jest aktywnym prelegentem, wykładowcą uniwersyteckim i członkiem jury w szerokim zakresie zagadnień dotyczących własności intelektualnej, współpracując z instytucjami akademickimi, podmiotami komercyjnymi i organizacjami non-profit, zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym. Reprezentuje również Światową Organizację Własności Intelektualnej (WIPO) jako prelegent, wykładowca, coach i doradca.

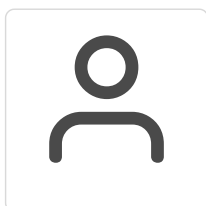
Zaangażowana w sektor gospodarki pomarańczowej, Hania zasiada drugą kadencję w Radzie Dyrektorów Komitetu Gospodarki Pomarańczowej AGEXPORT, jednej z najważniejszych prywatnych agencji eksportowych w Gwatemali.



8 z 9

Prof. Dr Beth Michalec

Adiunkt ds. komunikacji korporacyjnej na Penn State Lehigh Valley (PSU-LV). Opracowuje i prowadzi kursy z zakresu strategicznej komunikacji korporacyjnej, zintegrowanej komunikacji marketingowej (IMC), storybrandingu, komunikacji kryzysowej oraz marketingu cyfrowego i w mediach społecznościowych. Prowadzi również zajęcia z badań marketingowych, analizy i public relations w ramach nagradzanego programu magisterskiego Zintegrowanej Komunikacji Marketingowej na Uniwersytecie West Virginia.



9 z 9

Prof. Jose Orozco

Lider, przedsiębiorca i edukator z ponad 13-letnim doświadczeniem w napędzaniu rozwoju marki i strategii cyfrowej na rynkach międzynarodowych. Jako imigrant z Meksyku, jego perspektywa w zakresie marketingu usług kształtowana jest przekonaniem, że zrównoważony sukces biznesowy opiera się na zaufaniu, relacjach międzyludzkich i tworzeniu długoterminowej wartości.

Wcześniej pracował w brytyjskiej firmie Mzuri Group, gdzie kierował działaniami marki w USA i osiągnął rekordowe wyniki sprzedaży cyfrowej. Obecnie rozwija marki zakorzenione w celach filantropijnych, integrując handel i wpływ społeczny poprzez inicjatywy takie jak Broches for a Cause, z których dochody przekazywane są partnerom non-profit. Jest również współzałożycielem Orozco Siblings, organizacji non-profit koncentrującej się na wpływie na społeczność, i pełni funkcję współprzewodniczącego na Uniwersytecie Nevady w Las Vegas (UNLV), wspierając strategiczne inicjatywy instytucjonalne.

W swojej pracy dydaktycznej łączy doświadczenie menedżerskie z wiedzą akademicką, przygotowując studentów do przewodzenia, łącząc dyscyplinę biznesową z odpowiedzialnością społeczną.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują linki do materiałów dydaktycznych przygotowanych przez prowadzących zajęcia.

Warunki techniczne

Zajęcia prowadzone są online w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem platformy CISCO Webex . Uczestnik potrzebuje łącza internetowego o przepustowości minimum 2 Mbps, systemu Windows 10/11, macOS 10.15+ lub Android/iOS.

Kontakt



Bartłomiej Cieszyński

E-mail bart.cieszynski@gmail.com

Telefon (+48) 178 661 518