



WYŻSZA SZKOŁA
ADMINISTRACJI I
BIZNESU IM.
EUGENIUSZA
KWIATKOWSKIEGO
W GDYNI (WSAiB)

★★★★☆ 4,1 / 5
5 ocen

Social Media Manager z AI – studia podyplomowe

Numer usługi 2026/10/15/172310/3882820

6 900,00 PLN brutto
6 900,00 PLN netto
47,92 PLN brutto/h
47,92 PLN netto/h

- 📅 Studia podyplomowe
- 📖 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 144:00 h
- 📅 24.10.2026 do 20.06.2027

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Studia podyplomowe w obszarze social media to wybór dla Ciebie, jeśli: • działasz (lub planujesz zacząć) w obszarze komunikacji marketingowej; • chcesz wdrażać rozwiązania z zakresu marketingu internetowego w firmie; • po prostu pragniesz zaznajomić się z trendami, newsami i nowinkami z zakresu mediów społecznościowych
Minimalna liczba uczestników	18
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	23-10-2026
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	studia podyplomowe

Cel

Cel edukacyjny

„SMM z AI” przygotowuje do samodzielnego planowania, realizowania i optymalizowania działań komunikacyjnych oraz marketingowych w mediach społecznościowych.

Uczestnicy zdobywają kompetencje w zakresie opracowywania strategii komunikacji marki, identyfikowania grup docelowych, tworzenia i planowania treści tekstowych, graficznych i wideo, prowadzenia kampanii reklamowych, analizowania wyników działań marketingowych oraz wykorzystywania narzędzi sztucznej inteligencji w pracy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza 1: Uczestnik charakteryzuje zasady opracowywania strategii komunikacji marki w mediach społecznościowych.	-Wyjaśnia, jak określa się cele komunikacji marki. -Wskazuje zależności między grupą docelową, pozycjonowaniem marki i doborem kanałów komunikacji. -Rozróżnia działania organiczne i płatne w mediach społecznościowych.	Prezentacja
Wiedza 2: Uczestnik rozpoznaje zasady odpowiedzialnego wykorzystania sztucznej inteligencji oraz przepisy dotyczące publikowania treści w internecie.	-Wskazuje zasady ochrony praw autorskich i wykorzystywania materiałów zewnętrznych. -Rozpoznaje sytuacje wymagające oznaczenia treści reklamowych lub materiałów wygenerowanych przez AI. -Identyfikuje podstawowe ryzyka prawne i etyczne związane z publikacją treści.	Prezentacja
Umiejętności 1: Uczestnik opracowuje strategię obecności wybranej marki w mediach społecznościowych.	-Określa cele komunikacyjne i marketingowe marki. -Charakteryzuje grupę docelową oraz opracowuje personę odbiorcy. -Dobiera kanały komunikacji i określa główne linie komunikacyjne marki. -Proponuje działania służące realizacji założonych celów.	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Umiejętności 2: Przygotowuje plan publikacji i tworzy treści na potrzeby mediów społecznościowych z wykorzystaniem narzędzi AI.	-Opracowuje kalendarz publikacji uwzględniający cele i grupę docelową. -Przygotowuje przykładowe treści tekstowe i koncepcje materiałów wizualnych lub wideo. -Dobiera narzędzia AI do realizacji określonych zadań. -Weryfikuje wygenerowane treści pod kątem poprawności, spójności z marką i przydatności dla odbiorcy.	Prezentacja
Umiejętności 3: Planuje działania promocyjne i reklamowe w mediach społecznościowych. Umiejętności 4: Analizuje wyniki działań w mediach społecznościowych i formułuje rekomendacje dotyczące ich optymalizacji.	-Dobiera formaty reklamowe do określonych celów kampanii. -Wskazuje grupę odbiorców i proponuje sposób dotarcia do niej. -Określa wskaźniki służące do oceny skuteczności kampanii. -Proponuje działania optymalizacyjne na podstawie przykładowych wyników. -Rozpoznaje podstawowe wskaźniki efektywności działań marketingowych. -Interpretuje przykładowe dane dotyczące zasięgu, zaangażowania i konwersji. -Formułuje wnioski i wskazuje co najmniej jedno uzasadnione działanie optymalizacyjne.	Prezentacja Prezentacja
Kompetencje społeczne 1: Uczestnik prezentuje i uzasadnia rozwiązania dotyczące komunikacji marki w mediach społecznościowych. Kompetencje społeczne 2: Uczestnik wykazuje odpowiedzialność za jakość i etyczny wymiar komunikacji cyfrowej.	-Przedstawia główne założenia przygotowanej strategii. -Uzasadnia dobór kanałów, treści i działań promocyjnych. -Formułuje rekomendacje w sposób zrozumiały i dostosowany do odbiorcy. -Identyfikuje potencjalne ryzyka związane z publikacją treści. -Uzasadnia potrzebę weryfikacji materiałów tworzonych z wykorzystaniem AI. -Proponuje rozwiązania uwzględniające rzetelność informacji i odpowiedzialną komunikację marki.	Prezentacja Prezentacja

Kwalifikacje i kompetencje

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	Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego w Gdyni
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego w Gdyni

Program

Program i organizacja studiów Social Media Manager z AI

Strategia i marka

- Wprowadzenie do social media marketingu
- Strategia komunikacji i cele obecności marki
- Grupy docelowe, persony i badanie potrzeb
- **Brand management, archetypy i pozycjonowanie**
- Linie komunikacyjne, tone of voice i storytelling
- Analiza konkurencji i realizacja strategii

AI i tworzenie treści

- Narzędzia AI w pracy Social Media Managera
- Research i copywriting z wykorzystaniem AI
- **Grafika, prezentacje i oferty tworzone z pomocą AI**
- Content marketing, product writing i teksty reklamowe
- Kalendarze treści i organizacja publikacji
- Proces kreatywny, kampanie i **trend watching**

Platformy społecznościowe

- Facebook i Instagram
- TikTok strategicznie i praktycznie
- LinkedIn: profil osobisty i firmowy
- Pinterest, X, WhatsApp, Telegram, Threads i Discord

Video, reklama i analityka

- Video marketing, scenariusze i produkcja
- Praca na planie i współpraca z agencją video
- Meta Ads i paid social
- **Social commerce** i lejek sprzedażowy
- Raportowanie, analiza danych i optymalizacja działań

Influencer marketing, PR i employer branding

- Influencer marketing od planowania do realizacji
- **Employer branding** i budowanie wizerunku marki
- **Komunikacja kryzysowa**, komunikacja międzypokoleniowa
- Marketing w branży rozrywkowej i trudnych branżach

Prawo, etyka i odpowiedzialność

- Prawo autorskie i wykorzystywanie cudzych treści
- **AI Act, transparentność i oznaczanie materiałów**
- Znaki towarowe i otwarte zasoby
- Ograniczenia reklamy w branżach regulowanych
- Etyka marketingu i odpowiedzialna komunikacja

Praca Social Media Managera

- Briefing i **współpraca z klientem**
- Zarządzanie projektami i team work
- Psychologia sprzedaży i badanie potrzeb
- **Sprzedaż** usług, CV i portfolio
- **Sztuka prezentacji**

Organizacja studiów

Studia obejmują **180 godzin dydaktycznych**, co odpowiada **30 punktom ECTS**.

Zajęcia odbywają się online, podczas **9 weekendowych zjazdów** organizowanych w soboty i niedziele, zazwyczaj w godzinach **9:00–18:15**.

Pierwszy zjazd planowany jest na **24–25 października 2026 roku**.

Studia trwają **dwa semestry**.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 127

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 127 Zapoznanie z kierunkiem	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	24-10-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 127 -	Przerwa	-	24-10-2026	10:30	10:45	00:15
3 z 127 Wprowadzenie do social media marketingu	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	24-10-2026	10:45	12:15	01:30
4 z 127 Profesjonalny profil na Facebooku	Zajęcia	Agnieszka Gutowska	24-10-2026	12:30	14:00	01:30
5 z 127 -	Przerwa	-	24-10-2026	14:00	15:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 127 Profesjonalny profil na Instagramie	Zajęcia	Klaudia Sobolewska	24-10-2026	15:00	16:30	01:30
7 z 127 O specyfice pracy w agencji digitalowej	Zajęcia	Tomasz Piotrowski	24-10-2026	16:45	17:30	00:45
8 z 127 Wprowadzenie do strategii social media	Zajęcia	Anna Ratajczak-Piotrowska	25-10-2026	09:00	10:30	01:30
9 z 127 -	Przerwa	-	25-10-2026	10:30	10:45	00:15
10 z 127 Profesjonalny profil na Pinterście, X i innych platformach	Zajęcia	Weronika Bączek	25-10-2026	10:45	12:15	01:30
11 z 127 Grupa docelowa i persony. Jak zrozumieć odbiorcę marki?	Zajęcia	Anna Cieplińska	25-10-2026	12:30	14:00	01:30
12 z 127 -	Przerwa	-	25-10-2026	14:00	15:00	01:00
13 z 127 Brand Management	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	25-10-2026	15:00	16:30	01:30
14 z 127 Kreatywność w tworzeniu copy: od RTM-ów, przez scenariusze, po teksty reklamowe	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	25-10-2026	16:45	17:30	00:45
15 z 127 Organiczny marketing małej firmy: case study	Zajęcia	Dominika Pękała	21-11-2026	09:00	10:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 127 -	Przerwa	-	21-11-2026	10:30	10:45	00:15
17 z 127 Od produktu do komunikacji – jak powstaje pomysł na to, co marka mówi o produkcie	Zajęcia	Weronika Śliwecka	21-11-2026	10:45	12:15	01:30
18 z 127 TikTok i jego możliwości	Zajęcia	Wiktoria Czaja	21-11-2026	12:30	14:00	01:30
19 z 127 -	Przerwa	-	21-11-2026	14:00	15:00	01:00
20 z 127 Narzędzia AI, które przydadzą Ci się w marketingu, raportowaniu i audycie konkurencji	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	21-11-2026	15:00	16:30	01:30
21 z 127 Copyright survival kit - prawo autorskie, wykorzystanie AI i cudze treści w social mediach	Zajęcia	Marta Ellerik-Badełek	21-11-2026	16:45	17:30	00:45
22 z 127 Skuteczny research z wykorzystaniem AI	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	22-11-2026	09:00	10:30	01:30
23 z 127 -	Przerwa	-	22-11-2026	10:30	10:45	00:15
24 z 127 Warsztaty: kreatywne pisanie tekstów z użyciem AI	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	22-11-2026	10:45	12:15	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 127 Content marketing dla małych firm	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	22-11-2026	12:30	14:00	01:30
26 z 127 -	Przerwa	-	22-11-2026	14:00	15:00	01:00
27 z 127 LinkedIn - dobre praktyki	Zajęcia	Anna Cieplińska	22-11-2026	15:00	16:30	01:30
28 z 127 „AI stworzył, influencer wrzucił – kto to ma oznaczyć?” - AI Act, transparentność i odpowiedzialność na komunikacja marketingowa	Zajęcia	Marta Ellerik-Badełek	22-11-2026	16:45	17:30	00:45
29 z 127 Skuteczne i kreatywne video w social mediach	Zajęcia	Wiktoria Czaja	12-12-2026	09:00	10:30	01:30
30 z 127 -	Przerwa	-	12-12-2026	10:30	10:45	00:15
31 z 127 O strategii komunikacji i storytellingu: wizualnie i merytorycznie	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	12-12-2026	10:45	12:15	01:30
32 z 127 Jak zamienić dane, badania i właściwości produktu w język klienta?	Zajęcia	Weronika Śliwiecka	12-12-2026	12:30	14:00	01:30
33 z 127 -	Przerwa	-	12-12-2026	14:00	15:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
34 z 127 Jak dobrze napisać i zrozumieć brief?	Zajęcia	Katarzyna Sukiennik	12-12-2026	15:00	16:30	01:30
35 z 127 Praca marketing managera od kulis	Zajęcia	Maja Potrykus	12-12-2026	16:45	17:30	00:45
36 z 127 Social media to nie wszystko. Jak łączyć SEO, Google Ads i komunikację marki?	Zajęcia	Przemysław Majer	13-12-2026	09:00	10:30	01:30
37 z 127 -	Przerwa	-	13-12-2026	10:30	10:45	00:15
38 z 127 AI w rękach projektanta - jak wizualnie ujarzmić sztuczną inteligencję?	Zajęcia	Aleksandra Maślij	13-12-2026	10:45	12:15	01:30
39 z 127 Linie komunikacyjne w social media	Zajęcia	Julia Nerek	13-12-2026	12:30	14:00	01:30
40 z 127 -	Przerwa	-	13-12-2026	14:00	15:00	01:00
41 z 127 Influencer marketing - praktycznie (część 1)	Zajęcia	Klaudia Sobolewska	13-12-2026	15:00	16:30	01:30
42 z 127 Meta Ads - wprowadzenie do kampanii reklamowych na Facebooku i Instagramie	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	13-12-2026	16:45	17:30	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
43 z 127 Jak wesprzeć się narzędziami AI w sprzedaży i prezentacjach ofertowych?	Zajęcia	Katarzyna Sukiennik	16-01-2027	09:00	10:30	01:30
44 z 127 -	Przerwa	-	16-01-2027	10:30	10:45	00:15
45 z 127 Employer branding (część 1)	Zajęcia	Ewelina Magdziak	16-01-2027	10:45	12:15	01:30
46 z 127 SoTrender: o skutecznym raportowaniu i sprawdzaniu - również konkurencji	Zajęcia	Iwona Polak	16-01-2027	12:30	14:00	01:30
47 z 127 -	Przerwa	-	16-01-2027	14:00	15:00	01:00
48 z 127 Influencer marketing - praktycznie (część 2)	Zajęcia	Klaudia Sobolewska	16-01-2027	15:00	16:30	01:30
49 z 127 Paid social: poznaj panele reklamowe	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	16-01-2027	16:45	17:30	00:45
50 z 127 Kalendarze treści - jak je tworzyć?	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	17-01-2027	09:00	10:30	01:30
51 z 127 -	Przerwa	-	17-01-2027	10:30	10:45	00:15
52 z 127 Kalendarze treści - jak je tworzyć?	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	17-01-2027	10:45	12:15	01:30
53 z 127 Video marketing: warsztaty	Zajęcia	Wiktoria Czaja	17-01-2027	12:30	14:00	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
54 z 127 -	Przerwa	-	17-01-2027	14:00	15:00	01:00
55 z 127 Grafika z AI	Zajęcia	Małgorzata Paluch	17-01-2027	15:00	16:30	01:30
56 z 127 Grafika z AI	Zajęcia	Małgorzata Paluch	17-01-2027	16:45	17:30	00:45
57 z 127 Prawo w marketingu	Zajęcia	Tomasz Palak	20-02-2027	09:00	10:30	01:30
58 z 127 -	Przerwa	-	20-02-2027	10:30	10:45	00:15
59 z 127 Prawo w marketingu	Zajęcia	Tomasz Palak	20-02-2027	10:45	12:15	01:30
60 z 127 Prawo w marketingu	Zajęcia	Tomasz Palak	20-02-2027	12:30	14:00	01:30
61 z 127 -	Przerwa	-	20-02-2027	14:00	15:00	01:00
62 z 127 Prawo w marketingu	Zajęcia	Tomasz Palak	20-02-2027	15:00	16:30	01:30
63 z 127 Higiena pracy w marketingu i social mediach	Zajęcia	Kamila Wąsowicz	20-02-2027	16:45	17:30	00:45
64 z 127 LinkedIn - efektywny profil firmowy	Zajęcia	Anna Cieplińska	21-02-2027	09:00	10:30	01:30
65 z 127 -	Przerwa	-	21-02-2027	10:30	10:45	00:15
66 z 127 LinkedIn - efektywny profil osobisty	Zajęcia	Anna Cieplińska	21-02-2027	10:45	12:15	01:30
67 z 127 Praca na planie z klientem i postprodukcja z perspektywy content creatora	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	21-02-2027	12:30	14:00	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
68 z 127 -	Przerwa	-	21-02-2027	14:00	15:00	01:00
69 z 127 Psychologia sprzedaży i klientologia: jak myśli klient i jak zbadać jego potrzeby?	Zajęcia	Katarzyna Sukiennik	21-02-2027	15:00	16:30	01:30
70 z 127 Jak zbudować strategię digital marketingu? Od celu biznesowego do wyboru kanałów	Zajęcia	Przemysław Majer	21-02-2027	16:45	17:30	00:45
71 z 127 Proces kreatywny: od szukania inspiracji po finalny koncept	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	13-03-2027	09:00	10:30	01:30
72 z 127 -	Przerwa	-	13-03-2027	10:30	10:45	00:15
73 z 127 Marketing w branży rozrywkowej	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	13-03-2027	10:45	12:15	01:30
74 z 127 Od scrollowania do zakupu: social commerce i lejek sprzedażowy	Zajęcia	Kateryna Chukhno	13-03-2027	12:30	14:00	01:30
75 z 127 -	Przerwa	-	13-03-2027	14:00	15:00	01:00
76 z 127 Jeden produkt, dziesięć kanałów. Jak tworzyć spójną komunikację?	Zajęcia	Weronika Śliwiecka	13-03-2027	15:00	16:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
77 z 127 Komunikacja kryzysowa z perspektywy PR-owca	Zajęcia	Karolina Janik	13-03-2027	16:45	17:30	00:45
78 z 127 Jak prowadzić współpracę z agencją video?	Zajęcia	Mateusz Jemioł	14-03-2027	09:00	10:30	01:30
79 z 127 -	Przerwa	-	14-03-2027	10:30	10:45	00:15
80 z 127 Rodzaje filmów i ich zastosowanie	Zajęcia	Mateusz Jemioł	14-03-2027	10:45	12:15	01:30
81 z 127 Rodzaje filmów i ich zastosowanie	Zajęcia	Mateusz Jemioł	14-03-2027	12:30	14:00	01:30
82 z 127 -	Przerwa	-	14-03-2027	14:00	15:00	01:00
83 z 127 TikTok praktycznie	Zajęcia	Mateusz Jemioł	14-03-2027	15:00	16:30	01:30
84 z 127 Na czym polega brand management marki online?	Zajęcia	Michał Anulewicz	14-03-2027	16:45	17:30	00:45
85 z 127 Team Work w zarządzaniu projektem #CaseStudy	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	10-04-2027	09:00	10:30	01:30
86 z 127 -	Przerwa	-	10-04-2027	10:30	10:45	00:15
87 z 127 Dobre praktyki w zarządzaniu projektami - team work i nie tylko	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	10-04-2027	10:45	12:15	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
88 z 127 Jak przygotować i wzmocnić swoje CV i portfolio? warsztaty	Zajęcia	Ewelina Magdziak	10-04-2027	12:30	14:00	01:30
89 z 127 -	Przerwa	-	10-04-2027	14:00	15:00	01:00
90 z 127 Jak sprzedać „siebie” i swoje usługi? warsztaty	Zajęcia	Katarzyna Sukiennik	10-04-2027	15:00	16:30	01:30
91 z 127 Skuteczny content i video w trudnych, „nudnych” branżach... i nie tylko	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	10-04-2027	16:45	17:30	00:45
92 z 127 Warsztaty kreatywne	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	11-04-2027	09:00	10:30	01:30
93 z 127 -	Przerwa	-	11-04-2027	10:30	10:45	00:15
94 z 127 Warsztaty kreatywne	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	11-04-2027	10:45	12:15	01:30
95 z 127 Skuteczna egzekucja strategii marketingowej	Zajęcia	Kacper Szafran	11-04-2027	12:30	14:00	01:30
96 z 127 -	Przerwa	-	11-04-2027	14:00	15:00	01:00
97 z 127 Jak analizować działalność konkurencji? O audytowaniu	Zajęcia	Karolina Janik	11-04-2027	15:00	16:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
98 z 127 Użyteczne narzędzia AI w marketingu: warsztaty	Zajęcia	Julia Nerek	11-04-2027	16:45	17:30	00:45
99 z 127 Content Marketing pod kątem storytellingu	Zajęcia	Anna Cieplińska	08-05-2027	09:00	10:30	01:30
100 z 127 -	Przerwa	-	08-05-2027	10:30	10:45	00:15
101 z 127 Kreatywność w marketingu. Skąd naprawdę biorą się kampanie	Zajęcia	Weronika Śliwiecka	08-05-2027	10:45	12:15	01:30
102 z 127 Rynek pracy dla specjalistów social media i marketingu w dobie AI	Zajęcia	Michał Fila	08-05-2027	12:30	14:00	01:30
103 z 127 -	Przerwa	-	08-05-2027	14:00	15:00	01:00
104 z 127 „Zrób mi logo jak Nike, tylko inne” - znaki towarowe, identyfikacja marki i bezpieczne korzystanie z otwartych zasobów	Zajęcia	Marta Ellerik-Badełek	08-05-2027	15:00	16:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
105 z 127 Telegram, WhatsApp, Threads i inne kanały, których może brakować w Twojej strategii marketingowej	Zajęcia	Kateryna Chukhno	08-05-2027	16:45	17:30	00:45
106 z 127 Employer branding (część 2)	Zajęcia	Ewelina Magdziak	09-05-2027	09:00	10:30	01:30
107 z 127 -	Przerwa	-	09-05-2027	10:30	10:45	00:15
108 z 127 AI w pracy content writera i marketera	Zajęcia	Weronika Śliwiecka	09-05-2027	10:45	12:15	01:30
109 z 127 Archetypy w marketingu - ważny element Twojej strategii marketingowej	Zajęcia	Klaudia Sobolewska	09-05-2027	12:30	14:00	01:30
110 z 127 -	Przerwa	-	09-05-2027	14:00	15:00	01:00
111 z 127 Mały budżet, wielkie plany. Jak mądrze rozplanować komunikację marketingową z ograniczonym budżetem?	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	09-05-2027	15:00	16:30	01:30
112 z 127 Sztuka skutecznej prezentacji	Zajęcia	Katarzyna Sukiennik	09-05-2027	16:45	17:30	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
113 z 127 Social media a odpowiedzialność: o etyce i marketingu społecznym	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	19-06-2027	09:00	10:30	01:30
114 z 127 -	Przerwa	-	19-06-2027	10:30	10:45	00:15
115 z 127 Komunikacja międzypokoleniowa i tone of voice – Gen Z, Alfa, Millenials, Silvers.	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	19-06-2027	10:45	12:15	01:30
116 z 127 Komunikacja w social media – wyzwania i rozwiązania z wykorzystaniem NapoleonCat	Zajęcia	Iwona Polak	19-06-2027	12:30	14:00	01:30
117 z 127 -	Przerwa	-	19-06-2027	14:00	15:00	01:00
118 z 127 „Nie każdą reklamę uratuje disclaimer” - prawne ograniczenia reklamy alkoholu, leków, hazardu, usług medycznych i finansowych	Zajęcia	Marta Ellerik-Badełek	19-06-2027	15:00	16:30	01:30
119 z 127 Sztuka viralu: o poszukiwaniu trendów	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	19-06-2027	16:45	17:30	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
120 z 127 Przedstawienie prac zaliczeniowych	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	20-06-2027	09:00	10:30	01:30
121 z 127 -	Przerwa	-	20-06-2027	10:30	10:45	00:15
122 z 127 Przedstawienie prac zaliczeniowych	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	20-06-2027	10:45	12:15	01:30
123 z 127 Przedstawienie prac zaliczeniowych	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	20-06-2027	12:30	14:00	01:30
124 z 127 -	Przerwa	-	20-06-2027	14:00	15:00	01:00
125 z 127 Przedstawienie prac zaliczeniowych	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	20-06-2027	15:00	16:00	01:00
126 z 127 Przedstawienie prac zaliczeniowych	Zajęcia	Adrianna Sowińska-Surdykowska	20-06-2027	16:00	16:45	00:45
127 z 127 -	Walidacja	-	20-06-2027	16:45	17:15	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	144:00
w tym suma godzin zajęć	121:00
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	22:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	162:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 900,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	47,92 PLN
Koszt osobogodziny netto	47,92 PLN
W tym koszt walidacji brutto	1,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	1,00 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	144:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 29



1 z 29

Adrianna Sowińska-Surdykowska

Digital Marketing & Creative Lead

Od ponad 10 lat działa w branży marketingu i komunikacji. Obecnie pracuje jako Digital Marketing & Creative Lead w agencji Beeffective, gdzie odpowiada za strategię komunikacji, kampanie reklamowe i działania w mediach społecznościowych dla marek takich jak Trefl, Bayer, MOWI, Centrum Riviera czy Budros. Specjalizuje się w social media marketingu, copywritingu, tworzeniu koncepcji kreatywnych oraz kampaniach Meta Ads. Dbą o rozwój młodszych specjalistów. W swoim portfolio ma projekty realizowane dla marek z branży retail, FMCG, deweloperskiej, edukacyjnej i

kulturalnej, a także wieloletnie doświadczenie w marketingu internetowym i produkcji treści.

Przez ponad 6 lat współtworzyła kanał MaturaToBzdura, przygotowując scenariusze i realizując akcje sponsorowane m.in. dla Netflix, Durex, Pyszne.pl i wielu innych marek. Od 2023 roku związana z WSAiB, gdzie obecnie pełni funkcję kierownika studiów podyplomowych Social Media Manager z AI. W pracy stawia na praktyczne podejście, pokazując studentom rozwiązania wykorzystywane w codziennej pracy z klientami i markami.



2 z 29

Anna Ratajczak-Piotrowska

Co-founder Beeffective

Od 15 lat pasjonuje się digital marketingiem, a od 10 lat zarządza agencją Beeffective. Występowała w roli prelegenta na wielu eventach branżowych: Social Media Week Warsaw, Social Media Show, Social Media Czwartek, Geek Girls Carrots, Crash Mondays, 3camp, Pipeline Summit, Konferencja Fasttony.es, Infoshare. Współpracowała z takimi markami jak: home&you, illy, Miasto Gdynia, Olivia Star, Dobry Hotel, Big Star Shoes, LightBox, Nest Bank, Payhelp.



3 z 29

Tomasz Piotrowski

CEO Beeffective

Z marketingiem internetowym związany jest od 15 lat. Swoje zainteresowania zawodowe skupia przede wszystkim na efektywnym wykorzystaniu digital marketingu. Aktywnie działa w roli prelegenta na konferencjach branżowych oraz jako wykładowca marketingu internetowego na studiach podyplomowych na Uniwersytecie Gdańskim, Wyższej Szkole Bankowej oraz WSAiB. Obecnie CEO agencji Beeffective, gdzie realizuje lub realizował kampanie digital dla takich marek jak home&you, Puccini, Lactima, Skoda, Patrizia Aryton, Aviko.



4 z 29

Michał Fila

Community Manager w Just Join IT

Wraz z Zespołem od ponad sześciu lat współtworzy social media Just Join IT — najpopularniejszego job boardu dla branży IT. Wierzy, że skracanie dystansu marki jest najlepszym sposobem na angażowanie społeczności.



5 z 29

Iwona Polak

Head of Marketing w NapoleonCat

Ekspertka w zakresie budowania rozpoznawalności marki, digital marketingu i e-commerce. Ma wieloletnie doświadczenie w zakresie obsługi i rozwijania biznesu online. Wykorzystując swoje strategiczne talenty i innowacyjne podejście umocniła NapoleonCat jako lidera na rynku polskim i wprowadziła markę rynek międzynarodowy.



6 z 29

Eliza Grycner

Product Marketing Manager w NapoleonCat

Specjalistka w dziedzinie marketingu produktu i szkoleń; zajmuje się opracowywaniem strategii marketingowych, które zwiększają zaangażowanie i lojalność użytkowników. Bogate doświadczenie na rynkach międzynarodowych oraz wykształcenie psychologiczne sprawiają, że Eliza wie dokładnie, co zrobić, by napędzać sprzedaż i zjednywać sobie serca klientów.



7 z 29

Tomasz Palak

Radca prawny, prelegent, blogger — tomaszpalak.pl

Wierzy, że o prawie można mówić jasno, a mecenas nie musi być nudny. Potwierdzają to wrażenia tych, którzy z nim współpracowali. Oprócz prawnych tematów, uczy też poprzez pisanie i wystąpienia. Przydaje się także jako influencer i człowiek od promocji i technologii w organach radców prawnych.



8 z 29

Maja Potrykus

Marketing Manager w Apsys Polska, odpowiedzialna za Centrum Riviera

Marketing Manager w Apsys Polska odpowiedzialna za marketing i komunikację Centrum Riviera w Gdyni. Doświadczenie zdobywała w obszarze marketingu, social media, zarządzaniu projektami i organizacji wydarzeń, pracując zarówno w sektorze prywatnym, jak i przy projektach miejskich. Absolwentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej Uniwersytetu Gdańskiego.



9 z 29

Ewelina Magdziak

Employer Branding Project Manager

Specjalistka ds. komunikacji z ponad 8-letnim doświadczeniem w komunikacji wewnętrznej, zewnętrznej i naukowej. Zajmuje się tworzeniem treści, storytellingiem i zarządzaniem projektami, przekładając złożone zagadnienia na jasne i angażujące komunikaty. Od 4 lat związana z employer brandingiem. Wie, że silną markę pracodawcy buduje się wielokanałowo, łącząc działania wewnętrzne z komunikacją zewnętrzną. Współautorka stron karier i spotów employer brandingowych. Obecnie związana zawodowo z ERGO Hestią, gdzie dba o doświadczenie pracowników i komunikację wewnętrzną. Uważnie śledzi rynek i kolekcjonuje najlepsze – oraz najbardziej nietrafione – przykłady budowania marki pracodawcy w sieci; z przyjemnością rozłoży je na czynniki pierwsze podczas wykładów.



10 z 29

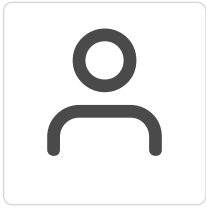
Kateryna Chukhno

Jr Performance Specialist

Związana z agencją Beeffective, gdzie jako Junior Performance Marketing Specialist odpowiada za skuteczność i optymalizację kampanii reklamowych. Posiada wieloletnie doświadczenie agencyjne, dzięki czemu doskonale odnajduje się w dynamicznym środowisku pracy z klientami, świetnie radzi sobie z presją czasu oraz wie, jak efektywnie zarządzać i optymalizować budżety reklamowe. W swojej karierze współtworzyła kampanie m.in. dla takich marek jak: ZC Bolesławiec, Lactima, Budros czy AB Inwestor.

Na studiach podyplomowych prowadzi zajęcia, w których udowadnia, że skuteczny digital marketing wykracza poza utarte schematy. Odkrywa przed studentami potencjał alternatywnych

komunikatorów i platform społecznościowych, ucząc, jak budować zaangażowane społeczności w nieszablonowych kanałach.



11 z 29

Wiktoria Czaja

Content Video Creator

Video Content Creator w agencji digitalowej Beeffective. Tworzy materiały dla marek takich jak Centrum Riviera, Trefl, Cafejño czy TEB Edukacja. Prowadzi produkcję od pierwszego pomysłu i scenariusza, przez nagrania, aż po montaż, a gdy projekt tego wymaga, sama staje także przed kamerą.

Najlepiej czuje się w krótkich formatach wideo tworzonych z myślą o TikToku i Instagramie. Łączy wycucie estetyki, znajomość trendów i praktyczne podejście do contentu. Ukończyła studia licencjackie na kierunku Multimedia i Grafika Komputerowa, ze specjalizacją Fotografia Cyfrowa i Marketing Wizualny, oraz studia magisterskie z Digital Marketingu.



12 z 29

Katarzyna Sukiennik

Business Development Manager

Od ponad 10 lat silnie związana ze sprzedażą w branży reklamowej. Zaczynała jako handlowiec w branży OOH, a od 7 lat doradza firmom i sprzedaje usługi digital marketingowe. Ma na swoim koncie szereg przetargów, również dla topowych marek.

Przeczytała i przerobiła z zespołem setki briefów marketingowych. Stworzyła drugie tyle ofert i odbyła niezliczoną ilość spotkań z klientami. Dzięki temu wie, jak odpowiednio zaprezentować zespół i ofertę przed klientem. W swojej pracy stawia przede wszystkim na budowanie relacji oraz odpowiednie przygotowanie do każdego spotkania. Chętnie dzieli się wiedzą z zakresu psychologii sprzedaży, sztuki autoprezentacji oraz pracy z briefem marketingowym.



13 z 29

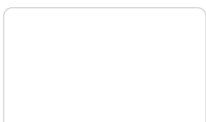
Anna Cieplińska

Marketing Specialist

Marketing Specialist. Specjalistka z doświadczeniem w marketingu online i offline, realizująca projekty dla marek z sektora B2C i B2B. Obecnie odpowiada za działania marketingowe marki kosmetycznej Swederm. W pracy koncentruje się na tworzeniu strategii komunikacji, prowadzeniu działań w mediach społecznościowych, współpracy z zespołami kreatywnymi oraz koordynacji projektów marketingowych i wydarzeń.

Współpracowała z markami takimi jak AB Inwestor, Grupa Żabka, Froo, Green Hive Technology, Velvet, iRobot, AVIKO HoReCa, ERGO Ubezpieczenia Podróży, Jedynka, Flawless i wieloma innymi. Jest również współorganizatorką CRASH Mondays – cyklicznego, bezpłatnego wydarzenia edukacyjnego poświęconego marketingowi, którego celem jest dzielenie się praktyczną wiedzą, wymiana doświadczeń oraz integracja środowiska marketingowego.

W swojej pracy łączy podejście strategiczne z myśleniem analitycznym i praktycznym wykorzystaniem narzędzi marketingowych. Szczególną uwagę poświęca optymalizacji procesów, poszukiwaniu innowacyjnych rozwiązań oraz działaniom opartym na danych.



14 z 29

Agnieszka Gutowska



Head of Social Media w agencji Personal PR i wykładowczyni na największych polskich uczelniach, ekspertka związana z branżą nowych mediów od ponad 10 lat. Prowadzi szkolenia, tworzy treści, projektuje strategie komunikacji. Zarządza kiluosobowym zespołem: social media specjalistów, copywriterów, moderatorów i twórców contentu. Planuje kampanie informacyjne, wizerunkowe oraz sprzedażowe.



15 z 29

Weronika Bączek

Specjalistka w zakresie content marketingu z kilkuletnim doświadczeniem w prowadzeniu komunikacji w mediach społecznościowych – w tym profili osobistych i firmowych na LinkedInie. Na co dzień wspiera rozwój marek, dbając o skuteczną i spójną komunikację w kanałach społecznościowych dla kluczowych klientów agencji z różnych branż. Współtworzy strategie komunikacji, odpowiada za bieżące działania, realizuje kampanie reklamowe, a także współorganizuje eventy.



16 z 29

Oliwia Sawostjanik

Social media manager, która łączy kreatywność z doskonałym wyczuciem trendów, pomagając markom skutecznie komunikować się w mediach społecznościowych. Specjalizuje się w nagrywaniu i montażu krótkich form wideo, które skutecznie zwiększają zasięgi oraz zaangażowanie odbiorców. Wspiera klientów z różnych branż w budowaniu spójnej i efektywnej obecności w social mediach, współtworząc strategie komunikacji, planując działania contentowe oraz realizując kampanie reklamowe.



17 z 29

Karolina Janik

Ekspertka komunikacji z ponad 20-letnim doświadczeniem w public relations, social media i marketingu. CEO agencji Personal PR, członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations oraz szef międzynarodowej sieci agencji PR – iPR Exchange. Wcześniej rzeczniczka Stadionu Energa Gdańsk. Autorka artykułów o tematyce komunikacji zintegrowanej w prasie branżowej i biznesowej. Pracuje dla znanych marek polskich i globalnych, wspiera doradczo procesy reorganizacji komunikacji zintegrowanej w firmach, konsultuje strategie komunikacji, PR oraz kryzysowe. Buduje wizerunek ekspercki i widoczność szczebla C-level w grupach interesariuszy. Specjalizuje się w media relations i zarządzaniu kryzysowym oraz audytach komunikacyjnych marek i firm.



18 z 29

Kacper Szafran

Social media manager z pasją do contentu wideo. Od lat pracuje z klientami z różnych sektorów, wspierając ich w budowaniu nowoczesnej i skutecznej komunikacji. W swoich działaniach łączy analityczne podejście z kreatywnością, pomagając markom realnie wzmacniać swoją obecność w przestrzeni cyfrowej.



19 z 29

Julia Nerek

Ekspertka od współpracy z twórcami internetowymi, która od niemal 6 lat aktywnie wprowadza influencer marketing do działań różnych marek – dużych, małych, związanych z instytucjami miejskimi, branżą e-commerce i FMCG. Prowadzi profile znanych marek na Facebooku, Instagramie i TikToku, a także zajmuje się tworzeniem kreacji filmowych – Reelsów i tiktoków.

20 z 29



Weronika Śliwecka

Senior Product Content Writer

Specjalistka, która łączy wiedzę produktową, kreatywność i nowe technologie, aby tworzyć komunikację dopasowaną do współczesnego odbiorcy.

Od ponad 4 lat związana jest z marką Your KAYA, gdzie odpowiada za tworzenie komunikacji produktowej, opracowywanie claimów i treści opartych na wynikach badań, projektowanie treści opakowań oraz współtworzenie kampanii OOH i digital. Na co dzień tworzy również treści do różnych kanałów komunikacji marki i wykorzystuje narzędzia AI do researchu, analiz oraz pracy koncepcyjnej.

Podczas zajęć na kierunku Social Media Manager z AI pokaże, jak naprawdę wygląda praca nad komunikacją produktu – od pierwszej koncepcji, przez opakowanie i kampanię, aż po treści, które codziennie widzicie w reklamach, sklepach internetowych i mediach społecznościowych. Wykłady skupią się na praktycznych aspektach tworzenia komunikacji, które studenci będą mogli wykorzystać w swojej przyszłej pracy w marketingu, social mediach oraz przy wykorzystaniu narzędzi AI.



21 z 29

Mateusz Jemioł

CEO Mova Film

Producent, scenarzysta i reżyser reklamowy z niemal 20-letnim doświadczeniem. Założyciel i CEO agencji kreatywnej oraz domu produkcyjnego Mova Film, gdzie łączy warsztat filmowy ze twardą strategią marketingową.

Ekspert i pasjonat storytellingu, który od lat udowadnia, że reklama nie musi być nudna – może wciągać, budzić emocje i opowiadać autentyczne historie. Swoją wiedzę i kulisami branży dzieli się m.in. jako mówca TEDx, laureat II miejsca na konferencji I Love Marketing oraz twórca internetowy z ponad 200-tysięczną społecznością na TikToku.

Na studiach podyplomowych skupia się na praktycznym wymiarze video storytellingu i budowania marki, pokazując słuchaczom, jak przekładać kreatywne pomysły na realne wyniki biznesowe.



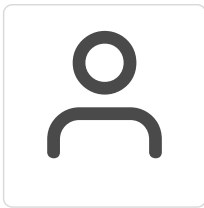
22 z 29

Klaudia Sobolewska

Social & Brand Communication | home&you

Od ponad 6 lat związana z marketingiem, specjalizuje się w social media marketingu oraz influencer marketingu. Obecnie odpowiada za komunikację jednej z największych marek home & living w Polsce, gdzie tworzy i realizuje strategie komunikacji, prowadzi kampanie wizerunkowe oraz rozwija działania w mediach społecznościowych. Na co dzień współpracuje z influencerami, agencjami kreatywnymi i zespołami e-commerce, łącząc kreatywne podejście z analizą wyników i celami biznesowymi.

Swoje doświadczenie zdobywała zarówno po stronie agencji, realizując projekty dla marek z różnych branż, jak i po stronie klienta, dzięki czemu doskonale rozumie perspektywę obu stron współpracy. Specjalizuje się w budowaniu strategii komunikacji, content marketingu, influencer marketingu oraz prowadzeniu kampanii opartych na realnych danych i mierzalnych efektach. W swojej pracy stawia na rozwiązania, które nie tylko angażują odbiorców, ale przede wszystkim wspierają rozwój marki i sprzedaż.



23 z 29

Małgorzata Paluch

Jr Art Director

Graficzna ekspertka z ogromną wrażliwością, świetnym okiem i talentem do zamieniania prostych pomysłów w projekty, które naprawdę przyciągają uwagę.

Na studiach Social Media Manager z AI Gosia pokaże, jak połączyć warstwę wizualną i merytoryczną w spójną strategię komunikacji marki. Poprowadzi zajęcia z grafiki z wykorzystaniem AI, współtworzenia strategii komunikacji i storytellingu oraz warsztaty kreatywne, podczas których studenci przejdą od inspiracji i pierwszego pomysłu do konkretnej koncepcji.

Będzie też wspierać uczestników przy prezentacji prac zaliczeniowych, pomagając im zadbać nie tylko o sam pomysł, ale też o jego atrakcyjne i czytelne przedstawienie.

Projektuje dla takich marek i organizacji jak GLS, Polski Związek Żeglarski, Miasto Kraków, Lubuskie Lato Filmowe, Jazz4rare, czy Bayer.

Jej supermoce? Szybkość, multizadaniowość i profesjonalizm. A prywatnie? Miłośniczka fotografii natychmiastowej i dobrych pomysłów, które najlepiej powstają bez słów „na już”.



24 z 29

Michał Anulewicz

Digital Marketing Manager Trefl

Michał jest managerem marketingu z ponad 17-letnim doświadczeniem zawodowym. Od lat zarządza projektami oraz tworzy i realizuje strategie digitalowe obejmujące e-commerce, performance marketing, social media, SEO i content marketing.

Łączy strategiczne spojrzenie z praktyką zdobytą podczas pracy dla firm z różnych branż. Jest członkiem Digital Experts Club, a także regularnie komentuje trendy i kierunki rozwoju marketingu cyfrowego w publikacjach oraz raportach branżowych.

Na bieżąco śledzi rozwój technologii i zmiany w ekosystemie digital. Na zajęciach stawia na aktualną wiedzę, konkretne przykłady i rozwiązania oparte na doświadczeniach z realnych projektów biznesowych.



25 z 29

Aleksandra Maślij

Graphic Designer

Jest autorką logotypu World Sailing 2027, którego premiera już wkrótce, oraz pracuje przy animacjach dla Polskiego Związku Żeglarskiego, które możecie zobaczyć podczas Gdynia Sailing Days. Od lat projektuje także dla marek Trefl i Bayer, między innymi tworząc grafiki na profil Zdrowie w Twoich Rękach. W swoim portfolio ma również realizacje dla Aviko.

Na studiach Social Media Manager z AI pokaże, jak wykorzystać sztuczną inteligencję w projektowaniu i animacji oraz jak wizualnie ujarzmić AI tak, żeby efekt nie wyglądał jak przypadkowa składanka z internetu. Regularnie rozwija swoje kompetencje i testuje nowe narzędzia, więc na jej zajęciach będzie aktualnie, konkretnie i praktycznie.



26 z 29



Przemysław Majer

Ekspert ds. Rozwoju Biznesu w agencji Widoczni

Od ponad 6 lat specjalizuje się w tworzeniu strategii marketingowych z zakresu SEO oraz kampanii Google Ads i Meta Ads. Na co dzień doradza klientom, jak mądrze łączyć różne kanały digitalowe, dobierać działania do celów biznesowych i nie przepalać budżetu tam, gdzie wystarczy lepsza strategia.

Ma doświadczenie w pracy z firmami lokalnymi, ogólnopolskimi i e-commerce, dlatego dobrze wie, że nie ma jednego planu działania dla każdej marki. Inaczej promuje się sklep internetowy, inaczej kancelarię, a jeszcze inaczej biznes techniczny czy lokalną usługę.

Na studiach pokaże, jak spojrzeć na social media jako część większego ekosystemu marketingowego. Opowie o roli SEO, Google Ads, danych i analityki w budowaniu skutecznych działań oraz o tym, jak przejść od potrzeb klienta do konkretnej strategii.

Po godzinach jest sędzią piłkarskim i dziennikarzem sportowym, więc szczerłość, zasady i szybkie decyzje ma we krwi. W marketingu, podobnie jak na boisku, liczy się dla niego fair play, dobry plan i umiejętność reagowania wtedy, gdy sytuacja nagle się zmienia.



27 z 29

Marta Ellerik-Badełek

Radczyni prawna

Radczyni prawna od ponad siedmiu lat związana z branżą prawną. Na co dzień porusza się między kancelarią, galeriami sztuki i salami kinowymi. Specjalizuje się w prawie handlowym, własności intelektualnej i prawie nowych technologii – bo nawet jeśli androidy śnią o mechanicznych owcach, prawo autorskie nie śpi. W swojej codziennej pracy wspiera przedsiębiorstwa, które przekuwają pomysły w biznes oraz doradza podmiotom działającym na rynku sztuki, instytucjom kultury i podmiotom z branż kreatywnych.



28 z 29

Dominika Pękała

Architektka wnętrz, właścicielka DOHO Studio oraz praktyczka marketingu organicznego. Od ponad 8 lat działa w branży projektowania wnętrz, a od 1,5 roku rozwija własną markę, wykorzystując media społecznościowe do budowania rozpoznawalności i pozyskiwania klientów.

Podczas wykładu pokaże, jak krok po kroku budować autentyczną markę w social mediach na przykładzie rozwoju DOHO Studio oraz podzieli się praktycznymi doświadczeniami z tworzenia treści i prowadzenia komunikacji online.

Absolwentka Politechniki Gdańskiej.



29 z 29

Kamila Wąsowicz

Employer Branding & Communication Advisor | Social Media Strategist

Od ponad 7 lat zawodowo związana z mediami społecznościowymi, marketingiem i employer brandingiem. Na co dzień odpowiada za strategię i komunikację employer brandingową w Aon, realizując projekty z zakresu social media, kampanii digital, employer advocacy oraz współpracy z uczelniami i organizacjami studenckimi. Absolwentka Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

Współpracowała z wieloma markami, m.in. z Wydawnictwem Operon, prowadziła wykłady i warsztaty na uczelniach (m.in. UEK) i konferencjach branżowych (m.in. EBMasters), dzieląc się praktyczną wiedzą z zakresu komunikacji, employer branding i social mediów.

Szczególnie interesuje się wpływem mediów społecznościowych na dobrostan osób pracujących w branży oraz higieną pracy social media managerów. W swojej pracy stawia na praktyczne podejście, pokazując rozwiązania, które pomagają tworzyć skuteczną komunikację bez rezygnowania z równowagi i zdrowych nawyków.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymują materiały dydaktyczne w trakcie trwania studiów podyplomowych, podczas zajęć. Po zakończeniu zajęć materiały są zamieszczane na platformie e-learningowej Moodle.

Materiały dydaktyczne przygotowują wykładowcy danego przedmiotu w różnych formatach, dostosowując je do potrzeb uczestników i specyfiki prowadzonego przedmiotu i tematu.

Warunki uczestnictwa

Studia adresowane są do absolwentów wszystkich kierunków studiów, posiadających co najmniej dyplom na poziomie licencjackim, inżynierskim lub magisterskim.

O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń.

Ważna informacja: W przypadku niewystarczającej liczby zgłoszeń, Uczelnia (Dostawca Usług) zastrzega sobie prawo do odwołania edycji studiów.

Frekwencja - wymagane jest 80% obecności.

Informacje dodatkowe

Terminy zjazdów:

24-25.10.2026

21-22.11.2026

12-13.12.2026

16-17.01.2027

20-21.02.2027

13-14.03.2027

10-11.04.2027

8-9.05.2027

19-20.06.2027

„Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach Projektu Kierunek – Rozwój”.

Warunki techniczne

Zajęcia online odbywają się na platformie Teams, do których niezbędne są :

- komputer (z wbudowanym lub podłączonymi głośnikami i mikrofonem),
- dostęp do Internetu,
- słuchawki (opcjonalnie),
- kamera umieszczona w laptopie/ komputerze (opcjonalnie).

Kontakt



OLESYA LEENTAL

E-mail podyplomowe@wsaib.pl

Telefon (+48) 661 209 011