

Nowoczesny marketing

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry Gwarancja uruchomienia OD PAŹDZIERNIKA

Opis kierunku

Studia w formule online (synchronicznie)

Nową wiedzę i umiejętności zdobywasz dzięki zajęciom realizowanym na platformie MS Teams. Z wykładowcami i uczestnikami studiów kontaktujesz się przez internet, w czasie rzeczywistym (synchronicznie). W zajęciach uczestniczysz w weekendy, zgodnie z ustalonym harmonogramem zjazdów.

Kierunek został uruchomiony. Zapisz się na ostatnie wolne miejsca.

Poleć znajomemu studia na Uniwersytecie WSB Merito Bydgoszcz, **zyskaj 10% zniżki w czesnym**. Szczegóły, **BON do pobrania:**

BON

W dzisiejszym szybko zmieniającym się świecie świadomość konieczności efektywnego promowania marek i skutecznego docierania do klientów za pomocą różnorodnych kanałów komunikacji jest ważniejsza niż kiedykolwiek.

Firmy nieustannie poszukują nowych sposobów na wyróżnienie się na rynku, który obecnie charakteryzuje się nie tyle wyścigiem na nowe rozwiązania, co ciągłym dążeniem do innowacji, personalizacji doświadczeń klientów, wykorzystaniem danych do tworzenia bardziej celowanych i efektywnych kampanii marketingowych oraz integracją takich technologii, jak sztuczna inteligencja i automatyzacja w strategiach komunikacji.

Kreatywność, zdolność adaptacji do szybko zmieniających się trendów i proaktywne podejście do wyzwań rynkowych to kluczowe cechy, których poszukuje się u nowoczesnych marketerów.

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między bydgoszcz a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Wzrasta nie tylko zapotrzebowanie na profesjonalistów z branży marketingowej, ale także na specjalistów zdolnych do pracy w interdyscyplinarnych zespołach, łączących wiedzę z zakresu danych, technologii i psychologii konsumenta, aby tworzyć strategie, które naprawdę angażują i przyciągają uwagę klientów.

Wybierając studia na kierunku *nowoczesny marketing* na Uniwersytecie WSB Merito, masz możliwość pogłębienia swojej wiedzy i umiejętności niezbędnych do efektywnego działania w dynamicznym środowisku marketingowym. Program studiów jest zaprojektowany tak, aby wyposażyć Cię w kompleksowe umiejętności, które są kluczowe w erze cyfrowej – od zaawansowanej analizy danych, przez strategie oparte na AI i automatyzacji, po kreatywne rozwiązywanie problemów i efektywne wykorzystanie mediów społecznościowych.

Dzięki zajęciom ze specjalistami z branży masz szansę nauczyć się, jak adaptować teorie marketingowe do praktycznych zastosowań, co pozwoli Ci na skuteczne zarządzanie kampaniami marketingowymi i projektowanie doświadczeń, które prawdziwie rezonują z odbiorcami. Wszystko to w ramach programu, który stale ewoluuje, aby odzwierciedlać najnowsze zmiany w branży, przygotowując Cię do bycia na czele marketingowej innowacji.

Jesteś zainteresowany/zainteresowana dofinansowaniem do studiów podyplomowych?

Sprawdź dofinansowania dla klienta indywidualnego:

WIĘCEJ INFORMACJI DLA KLIENTA INDYWIDUALNEGO

Sprawdź dofinansowanie dla firm:

WIĘCEJ INFORMACJI DLA FIRM

Jeśli jesteś zainteresowany studiami podyplomowymi i chcesz dowiedzieć się więcej, zostaw do siebie kontakt! Wypełnij formularz, a my skontaktujemy się z Tobą.

ZOSTAW KONTAKT

Cel studiów

Absolwenci kierunku *nowoczesny marketing* poznają najnowsze trendy w promocji marek. Zdobywają doświadczenie dzięki analizie realnych przykładów ze świata biznesu, współpracy z aktywnymi reprezentantami branży

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między bydgoszcz a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

marketingowej i uczą się, jak - już samodzielnie - podążać za trendami, a nawet je wyznaczać.

Korzyści

- Program doskonale ułożony i odpowiadający panującym trendom marketingowym.
- Wykładowcy praktycy, którzy od lat pracują w branży, podzielą się z Tobą swoimi doświadczeniami i sprawdzonymi sposobami na skuteczne działania marketingowe.
- Możesz mieć pewność, że poznasz osoby podobne do siebie, zaangażowane i chętne do współpracy.
- Dowiesz się, czym jest marketing, jakie instrumenty komunikacji są współcześnie wykorzystywane przez marki, czym różni się promocja od reklamy i jakie obecnie panują trendy w sprzedaży.
- Nauczysz się, jak tworzyć skuteczne kampanie reklamowe, czym kierować się w wyborze agencji marketingowej do współpracy, a także: jak mierzyć efektywność działań i monitorować obecność w mediach.
- Dowiesz się, jak skutecznie zbudować zaufanie do marki, zadbać o jej wizerunek i jak skutecznie utrzymać przewagę konkurencyjną.
- Dowiesz się, jak prowadzić kampanie marketingowe w Internecie, co zrobić, żeby zwiększyć widoczność marki w wyszukiwarce oraz jak wykorzystać social media do promocji.
- Dowiesz się, jak budować dobre relacje z mediami, jak nawiązać kontakt z dziennikarzem, czym jest sytuacja kryzysowa i jak sobie z nią poradzić oraz jak wykorzystać sponsoring w działaniach PR.
- Dowiesz się, jakich działań i klauzul wystrzegać się w umowach marketingowych oraz jakie ograniczenia wymusza RODO w kontekście działań marketingowych.
- Poznasz sposoby efektywnej pracy.

Dla kogo?

- Dla osób pracujących w działach marketingu oraz osób chcących rozpocząć swoją karierę w branży.
- Dla specjalistów ds. marketingu, osób związanych z reklamą i PR.
- Dla właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw.

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku *nowoczesny marketing*



Liczba miesięcy nauki:
9



Liczba godzin: **170**



Liczba zjazdów: **10**



Liczba semestrów: **2**

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między bydgoszcz a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Wprowadzenie do marketingu (16 godz.)

- Podstawy marketingu i jego ewolucja (4 godz.)
- Narzędzia i instrumenty promocji (4 godz.)
- Innowacje marketingowe - analiza trendów i narzędzi cyfrowych (8 godz.)

Zarządzanie marką (16 godz.)

- Zarządzanie marką i jej atrybutami (8 godz.)
- Reputacja i jej wpływ na budowanie marki osobistej (8 godz.)

Skuteczne kampanie reklamowe (40 godz.)

- Psychologiczne mechanizmy reklamy (8 godz.)
- Planowanie kampanii reklamowej i pomiar efektywności (8 godz.)
- Współpraca z agencjami marketingowymi, reklamowymi i badawczymi (8 godz.)
- Badania marketingowe - metody i techniki (8 godz.)
- Prognozowanie zjawisk rynkowych oraz wyznaczanie celów marketingowych i sprzedażowych (8 godz.)

Zarządzanie doświadczeniami klienta (8 godz.)

- Customer Experience (CX) (8 godz.)

SOCIAL MEDIA I VIDEO MARKETING (16 godz.)

- Charakterystyka i najważniejsze funkcje kanałów: Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, TikTok (8 godz.)
- Video marketing (8 godz.)

Działania kreatywne (16 godz.)

- 😊😊😊😊😊😊 Business Model Canvas i Design Thinking (8 godz.)
- Copywriting – kreatywna praca z tekstem (8 godz.)

Digital Marketing (16 godz.)

- Wprowadzenie do Google Ads (8 godz.)
- E-mail marketing i automatyzacja (8 godz.)

Analityka webowa (16 godz.)

- Podstawy Google Analytics 4 (8 godz.)
- Monitoring internetu Brand24 (8 godz.)

Public Relations (8 godz.)

- Narzędzia współpracy z mediami (8 godz.)

Prawne aspekty działań marketingowych (8 godz.)

- Zawieranie umów na usługi marketingowe (4 godz.)
- RODO w komunikacji marketingowej (4 godz.)

Praca indywidualna (10 godz.)

- Projekt

Forma zaliczenia



test zamknięty,
jednokrotnego wyboru

Wykładowcy

Paula Rabel

Od ponad 10 lat zajmuje się PR'em i marketingiem. Na co dzień Kierownik ds. Komunikacji i PR w największej w Polsce multiagencji ubezpieczeniowej - CUK Ubezpieczenia. Jest współpomysłodawcą i członkiem zarządu Stowarzyszenia Przyjaciele Marketingu. Bywa również konferansjerem na eventach firmowych. Uwielbia wyzwania i czerpie inspiracje z nowych doświadczeń - sama inspiruje. Laureatka konkursu Harper's Bazaar Polska - Evoque - I'm on the move! Projektu zrzeszającego kobiety, które aktywizują swoje otoczenie i inicjują pozytywne zmiany wokół siebie. Prywatnie matka trójki dzieci i właścicielka charta angielskiego.

W 2001 roku ukończyła amerykańskie liceum ogólnokształcące Ingraham High School w Seattle. W 2006 roku obroniła tytuł magistra na Wydziale Prawa i Administracji na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. W 2016 ukończyła studia podyplomowe Executive Marketing na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu. Opiekunka merytoryczna kierunku studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito: Nowoczesny Marketing.

Iwona Sz wajkajzer

Doświadczona manager marketingu, uwielbiająca nietypowe wyzwania i nieznająca słowa „niemożliwe!”. Twórczyni butikowej agencji marketingowej KHS, specjalizującej się w długofalowej współpracy z topowymi markami oczekującymi najwyższego profesjonalizmu i błyskawicznej obsługi.

Spśród nad wyraz wyróżniających się projektów współtwórczyni pierwszego w Europie małego konceptu retailowego „Volkswagen Home” oraz lider rozwoju marketingu rolniczego w Polsce.

Wyznając zasadę, iż Klient jest zawsze na pierwszym miejscu, w nocy o północy potrafi wyczarować jednorożca. Niezwykle skuteczna i sfokusowana na zadaniu.

W swojej ścieżce zawodowej od początku dbająca o równowagę zawodową, między innymi działając charytatywnie

na rzecz dzieci potrzebujących uśmiechu i odskoczni od codzienności.

Maciej Biesiadziński

Kierownik trade marketingu w CUK Ubezpieczenia, ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej, stawiającej na nowoczesne rozwiązania technologiczne i kompleksową ochronę Polaków. Tworzy procesy marketingowe rozwijające sieć sprzedaży stacjonarnej. W swojej codziennej pracy wspiera rozwój największej sieci franczyz multiagencyjnych. Do tej pory nadzorował powstawanie ponad 300 placówek ubezpieczeniowych w całej Polsce. Poza etatem rozwija własne pomysły jako prezes Stowarzyszenia Przyjaciele Marketingu oraz tworzy platformę onlajnową dla miłośników sportu. W życiu kieruje się podejściem out of the box.

Hanka Dziubińska-Kopka

Ukończyła magisterskie studia kulturoznawcze na Uniwersytecie Warszawskim oraz obroniła pracę magisterską na kierunku Journalism and Social Communication na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zdobyła także certyfikat DIMAQ Professional. Oficjalnie copywritingiem zajmuje się od 2013 roku, choć całe jej życie zawodowe w dużej mierze kręciło się wokół pisania, bez względu na to czy stanowisko nazywało się akurat instruktorka do spraw kultury, redaktorka, specjalistka ds. PR czy komunikacji. W swojej karierze pracowała zarówno z globalnymi korporacjami, niewielkimi przedsiębiorstwami, jak i organizacjami pozarządowymi. Doświadczenie zdobywała w agencji reklamowej, po stronie klienta, a także prowadząc własną działalność copy/taste.

Lubi bawić się słowem. Docenia dobrze napisane wiersze międzywojnia, jak i właśnie wydane rapsy. Wierzy, że "granice naszego języka są granicami naszego świata" i konsekwentnie stara się je poszerzać na rzecz niwelowania nierówności społecznych. A po godzinach trenuje boks.

Anna Stachniuk

Strateg biznesowy, ekspertka employer branding, prezeska czystasprawa24.pl, wykładowczyni Uniwersytetu WSB Merito.

Na co dzień pomaga firmom w budowaniu ich marki pracodawcy oraz strategii biznesowej. Jej praca, poparta latami praktyki dotyczącej zagadnień HR-owych oraz marketingowych, to konsultacje i szkolenia, które mają na celu pobudzenie design thinking, pracy zespołowej. Te - w efekcie - owocują nowymi pomysłami i ciekawymi kreacjami w różnych kanałach komunikacji. Doradza i szkoli zarówno duże firmy, jak i jednoosobowe działalności. Praktyk biznesu prowadząca firmę usługową, platformę sprzedaży online sprzętu specjalistycznego oraz właścicielka agencji consultingowej. Na zajęciach powtarza: Dobry pomysł to nie wszystko, a marketing to morze możliwości, ...w którym można utonąć. Lepiej więc, wypływając w morze, umieć pływać.

Joanna Cieślak-Ospalska

Lubi mówić o sobie, że jest zwierzęciem medialnym – ma dwudziestoletnie doświadczenie w pracy w mediach (głównie w radiu) i w PR-ze. Jest trenerem oraz konsultantem ds. public relations i marketingu internetowego. Zajmuje się strategiami komunikacyjnymi i wizerunkowymi dla małych i średnich firm. Działania obejmują budowanie wizerunku

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między bydgoszcz a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

zarówno w mediach tradycyjnych, jak i w mediach społecznościowych, komunikację marketingową oraz content marketingową. Dużą część jej działań zajmuje marketing internetowy, z naciskiem na media społecznościowe. Prowadzi szkolenia, konsultacje oraz wykłady.

Jest także autorką Positivemind Podcast, w którym dzieli się swoją wiedzą dotyczącą budowania marek osobistych.

Ewa Wilmanowicz

Mówca, wykładowca akademicki, doradca zarządów. Instruktor w obszarze komunikacji z elementami przywództwa w Centrum Szkolenia Wojsk Obrony Terytorialnej. Członek Stowarzyszenia Profesjonalnych Mówców. Absolwentka Université d'Angers i Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. Specjalizuje się w narzędziach i strategiach zarządzania reputacją osobistą i organizacji. Wypowiada się jako ekspert w zakresie renomy i wiarygodności marki w magazynach branżowych i programach telewizyjnych. Autorka książki „Osobista reputacja. Jak budować markę w dobrym stylu.” i „Wpływowy menedżer. Strategie budowania przywództwa i reputacji.”

Social Media:

Instagram: @WilmanowiczEwa

Twitter: @WilmanowiczEwa

Facebook: @WilmanowiczEwa

Natalia Kwiecińska

Account Manager w prężnie działającej agencji marketingowej. Doświadczenie zdobywała pracując zarówno w Działach Marketingu po stronie klienta, jak i w ramach współpracy z agencjami reklamowymi. Na co dzień dba o zwiększanie poziomu sprzedaży produktów i usług swoich agencyjnych klientów - koordynuje zlecenia promocyjne blisko 50 brandów. Współtworzyła kampanie dla takich marek jak BaByliss Paris, Polpharma, Jim Beam, Maker's Mark, Larios, Auchentoshan, Skyn. Absolwentka Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu na kierunku socjologia. Obserwatorka i analizatorka środowiska marketingowego, i życia w ogóle. W wolnych chwilach podróżuje albo nadrabia filmowe zaległości.

dr Aldona Lipka

Prodziekan Wydziału Finansów i Zarządzania w Bydgoszczy Uniwersytetu WSB Merito w Toruniu, wykładowczyni na studiach wyższych i podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito. Specjalizuje się w marketingu i zarządzaniu marką, biegła sądowa z zakresu nauk o zarządzaniu, adiunkt, przedsiębiorczyni. Cechuje ją analityczny umysł, szybkie i bardzo dobre opanowanie podejmowanych zadań oraz dobre relacje interpersonalne. "Marketing holistyczny i budowanie marki oraz badania rynkowe - to jest to! Dodatkowo ESG i audyty zrównoważonego rozwoju".

dr Alina Matlakiewicz

Wykładowca kierunku psychologia w biznesie w Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu i na Uniwersytecie WSB Merito

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między bydgoszcz a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Bydgoszcz. Psycholog ekonomiczny, ekspert brytyjskiej edukacji dorosłych oraz trener biznesu. Udziałowiec spółki zajmującej się importem i eksportem. Doświadczenie zdobywała, studiując i prowadząc badania w Wielkiej Brytanii, na University of London, University of Leeds, Warwick University w Coventry i University of Surrey w Guildford. Uczestniczyła - jako wystawca i doradca produktowy - w największych międzynarodowych targach handlowych – GuangZhou (Chiny), Bolonia (Włochy), Birmingham (Wielka Brytania). Posiada certyfikat Racjonalnej Terapii Zachowania, społecznej odpowiedzialności biznesu CSR, pełnomocnika i audytora wewnętrznego ISO 9001:2008, a także Administratora Bezpieczeństwa Informacji.

Mikołaj Winkiel

Chief Evangelist w Brand24. Profesjonalnie i hobbystycznie zajmuje się marketingiem, Internetem i mediami społecznościowymi, starając połączyć te tematy w jedność. Kilka lat w różnej wielkości agencjach marketingowych nauczyło go holistycznego podejścia do marketingu. Od 2011 roku w Brand24 zajmuje się obsługą kluczowych klientów, marketingiem i „ewangelizacją” branży reklamowej.

Marcin Kuna

Absolwent studiów wyższych zaawansowanego marketingu w Wielkiej Brytanii, specjalista ds. marketingu internetowego, obecnie w końcowej fazie studiów doktorskich w zakresie marketingu i ekonomii ze specjalizacją w marketingu w mediach społecznościowych. Konsultant i analityk z zamiłowaniem do tematyki cyfryzacji i automatyzacji firmy. Ma na swoim koncie ponad dziesięcioletnie doświadczenie w zakresie marketingu cyfrowego po stronie agencji interaktywnych oraz liczne osiągnięcia w rozwoju wielorakich biznesów online, a także publikacje naukowe. Współpracował z takimi markami, jak Discovery Channel, Real czy Laura Ashley.

Współzałożyciel cyfrowej agencji marketingowej w Wielkiej Brytanii obsługującej klientów w Europie i Azji na rynkach: retail, e-commerce, medycyny estetycznej, telekomunikacji i innych.

Zagorzały motocyklista z zamiłowaniem do sportu i sprzętu komputerowego. Aspirujący instruktor jazdy na motocyklu.

Tematyka pracy doktorskiej – zaufanie do marki w reklamie w mediach społecznościowych.

Agnieszka Pajk

Doświadczony PR i Social Media Manager. Od ponad 15 lat zajmuje się zawodowo kontaktami z mediami oraz digital marketingiem. Pracowała dla GlobalLogic (Hitachi Group), Mall Group należącej do grona największych galerii handlowych online w rejonie CEE, T-mobile Nowe Horyzonty – międzynarodowego festiwalu filmowego oraz w Grupie Allegro dla jednego z największych serwisów e-commerce w Polsce – Ceneo.pl. Prowadziła również własną agencję, realizując działania PR dla Przelewy24, Fundacji Medicover czy Kolejkowa.

Wcześniej - przez lata - zdobywała szerokie doświadczenie z zakresu digital PR-u (w tym social media), pracując dla takich marek, jak Volkswagen Polska, Poczta Polska, Uroda Polska, Euro-tax, ERIF, ZIBI czy Volkswagen Bank direct.

W swoim portfolio ma także pracę dla Kreacja Pro Andrzeja Pągowskiego, Beaty Śniechowskiej – zwyciężczyni

MasterChefa, Szymona Brodziaka, Katarzyny Bosackiej, Wings Properties, mPay czy Legimi. Mieszkając w Wielkiej

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między bydgoszcz a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Brytanii, tworzyła dział administracji Prime Time Recruitment oraz Nottingham Trent University. Jest współautorką raportu „Bezpieczeństwo i zaufanie – filary polskiego e-commerce” oraz ekspertem PR Trend Booka. Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Absolwentka Nauk Społecznych (spec. Komunikowanie międzynarodowe), Anglistyki oraz Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej (spec. Kontakty z mediami) na Uniwersytecie Wrocławskim. Studiowała na Uniwersytecie Nova w Lizbonie i Uniwersytecie Georgia Southern w USA. Jest wykładowcą akademickim na Uniwersytecie WSB Merito (MBA Business Trends) oraz SWPS (social media). W wolnych chwilach zgłębia tajniki rzemiosła i "wyprowadza się" w góry.

Piotr Wódkowski

Radca prawny, absolwent studiów prawniczych na UMK. Ukończył także studia podyplomowe na kierunku nowoczesny marketing na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu oraz studia z zakresu prawa upadłościowego na UAM. Na co dzień zawodowo zaangażowany w zapewnienie bezpieczeństwa prawnego działań marketingowych i reklamowych. Jest specjalistą w zakresie prawa gospodarczego, autorskiego oraz ochrony danych osobowych. Posiada bogate doświadczenie trenerskie. Jest autorem biznesowego wideobloga prawniczego.

Monika Leksowska

Dyrektorka marketingu z ponad 16-letnim doświadczeniem zdobytym w międzynarodowych organizacjach. Obecnie zarządza działem marketingu w Polsce i Krajach Bałtyckich w koncernie Kramp. Przeprowadziła rewolucję w marketingu branży rolniczej pokazując, że dzięki nowoczesnemu przywództwu, szerokiej wiedzy oraz niestandardowemu podejściu, można realizować nowoczesny marketing z sukcesem nawet przy niskich budżetach. Laureatka wielu branżowych nagród, w tym 3-krotna zdobywczyni tytułu Dyrektor Marketingu roku. Jej motto: „Żeby zapalać innych samemu trzeba płonąć”.

Karolina Martyniuk

Regional Marketing Leader w IKEA, absolwentka prestiżowego programu CIM advanced diploma w Chartered Institute of Marketing, certyfikowana project managerka.

W swoim podejściu łączy szeroką wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania strategicznego, marketingu, zarządzania projektami, metodologii design thinking i wielu innych, z praktycznym podejściem pozwalającym na skuteczną realizację nawet bardzo dużych i kompleksowych zadań.

Zdobywała doświadczenie prowadząc niestandardowe, złożone projekty i kampanie marketingowe, tak digitalowe jak i offline, w sieciowych agencjach reklamowych i globalnych markach. W swoim portfolio ma takie brandy jak Coca-Cola, Milka, Carlsberg, Samsung, Huawei.

Partnerzy kierunku



POSITIVE MIND.PL

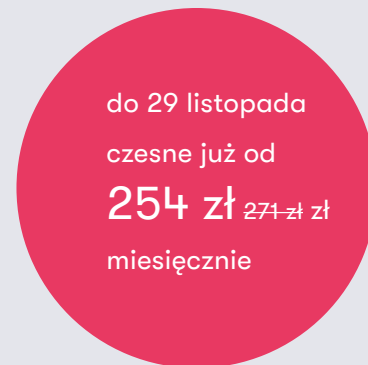


Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najczęściej!

Zapisując się do 29 listopada zyskujesz 800 zł, dzięki:

- 400 zł zniżki w czesnym rozliczanej przez cały okres studiów, proporcjonalnie do wybranego systemu ratalnego,
- 400 zł dzięki zwolnieniu z opłaty wpisowej.



Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 254 zł/mies.

Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

Na Uniwersytecie WSB Merito Bydgoszcz szanujemy Twój czas i pieniądze, dlatego o finansach mówimy otwarcie. Nie mnożymy dodatkowych opłat, nie przemycamy małym druczkiem ukrytych kosztów. U nas wiesz dokładnie, za co płacisz.

Studia podyplomowe to inwestycja, która zwraca się już w ich trakcie w postaci nowych umiejętności i kontaktów, które zaowocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe na Uniwersytecie WSB Merito Bydgoszcz i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	5200 zł 5600 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2600 zł 2800 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	520 zł 560 zł

	Rok nauki	Czesne

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między bydgoszcz a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



12 rat

1 rok

433 zł ~~467 zł~~

Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

Studia to inwestycja, która się zwraca

Na Uniwersytecie WSB Merito Bydgoszcz szanujemy Twój czas i pieniądze, dlatego o finansach mówimy otwarcie. Nie mnożymy dodatkowych opłat, nie przemycamy małym druczkiem ukrytych kosztów. U nas wiesz dokładnie, za co płacisz.

Studia podyplomowe to inwestycja, która zwraca się już w ich trakcie w postaci nowych umiejętności i kontaktów, które zaowocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe na Uniwersytecie WSB Merito Bydgoszcz i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	5200 zł 5600 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2600 zł 2800 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	520 zł 560 zł

	Rok nauki	Czesne

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między bydgoszcz a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

12 rat

1 rok

433 zł ~~467 zł~~