

# Branding i Content Marketing

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry **OD PAŹDZIERNIKA**

## Opis kierunku

**Na tym kierunku możesz wybrać:**

### **Studia niestacjonarne w salach wykładowych.**

W trakcie zjazdów spotkasz się z wykładowcą oraz pozostałymi uczestnikami osobiście w salach wykładowych w Chorzowie lub Katowicach.

**LUB**

### **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.

**Gwarantujemy pełną zgodność z przepisami prawa i najwyższe standardy edukacyjne.**

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

**Kierunek realizowany w partnerstwie**

Kierunek, który Cię interesuje jest efektem współpracy **Uniwersytetów WSB Merito z Chorzowa, Poznania, Szczecina i Warszawy.**

Współczesny marketing to rywalizacja marek. Z każdej strony napływają do nas przekazy marketingowe, które mają nas zainteresować i zdobyć naszą sympatię. Ale czy wiesz, że sukces marki zależy od dobrze przemyślanej strategii i planu działania? To nie kwestia wyczucia, lecz zastosowania sprawdzonych metod i ciągłego monitorowania wyników. Jeśli myślisz o budowaniu własnej marki, chcesz zacząć rozwijać się jako content creator lub brand manager, albo marzysz o rozpoczęciu pracy w agencji reklamowej, kierunek Branding i Content Marketing jest idealnym wyborem.

Studia na kierunku Branding i Content marketing przygotowują poszukiwanych na rynku pracy specjalistów dzięki ogromnemu naciskowi na praktyczny, warsztatowy charakter zajęć oraz profesjonalnemu feedbackowi ze strony praktyków brand i content marketingu.

Celem studiów jest budowanie kompetencji wśród specjalistów odpowiedzialnych w organizacjach za komunikację marketingową oraz wśród właścicieli małych firm, poprzez rozwinięcie przez nich umiejętności planowania, tworzenia i dystrybucji treści realizujących strategię wizerunkowe marek.

Program integruje teorię i praktykę, aby jak najlepiej przygotować uczestników studiów do konstruktywnego działania w świecie branding.

Jeśli jesteś zainteresowany studiami podyplomowymi i chcesz dowiedzieć się więcej, napisz do nas!

**ZAPYTAJ O STUDIA PODYPLOMOWE**

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

# Co zyskujesz?

Absolwenci studiów Branding i Content Marketing:

zdobędą unikalną wiedzę i umiejętności z zakresu kreowania marki, cenione na rynku pracy,

poznają najlepsze praktyki brandingowe stosowane na świecie oraz skuteczne i łatwe do zaimplementowania rozwiązania,

nauczą się taktycznego działania w mediach społecznościowych, co pozwoli im na osiągnięcie lepszych wyników,

dowiedzą się, jak opracowywać strategię działań content marketingowych od strony praktycznej,

odkryją i 😊 przećwiczą sposoby tworzenia wartościowych treści realizujących strategię komunikacji marki,

będą mogli 😊 omówić swoje doświadczenia z ekspertami i praktykami w branży marketingowej,

rozwiną swoją kreatywność i twórcze myślenie.

# Dla kogo?

Studia kierowane są do osób odpowiadających za działania wizerunkowe pracodawcy albo pragnących rozpocząć karierę w agencjach reklamowych, brandingowych, działach komunikacji i marketingu firm lub jednostek administracji publicznej. Rekomendowane są również właścicielom małych firm, samodzielnie kreujących własną markę.

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Uczymy od podstaw i pomagamy szybko zbudować wiedzę.

## Praktyczny charakter studiów

Studia ukierunkowane są na rozwój umiejętności, dlatego łącząc teorię i praktykę, realizują program w oparciu o studia przypadków, ćwiczenia, dyskusje moderowane, warsztaty kompetencji oraz mini wykłady z przykładami dobrych praktyk.

Zajęcia prowadzone są przez ekspertów i praktyków w branży kreatywnej, posiadających wieloletnie doświadczenie w komunikacji marketingowej. Dla uczestników studiów przygotowano autorskie materiały dydaktyczne, wraz z rekomendacjami książek, artykułów oraz filmów, będących inspiracją i wiarygodnym źródłem wiedzy z zakresu branding i content marketingu.

"

"Absolwenci studiów Branding i Content Marketing zdobędą praktyczną wiedzę na temat budowania marki, poszukiwaną przez pracodawców. Posiadać szeroki zakres kompetencji związanych ze zintegrowaną komunikacją marketingową. Poznają skuteczne taktyki brandingowe oraz nauczą się tworzyć wartościowe treści, realizujące strategię komunikacji marki."

"

**Kamila C. Mnich**

opiekun kierunku i wykładowca Uniwersytetu WSB Merito

# Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku branding i content marketing



Liczba miesięcy nauki:  
**9**



Liczba godzin: **192**



Liczba zjazdów: **12**



Liczba semestrów: **2**

## Istota brandingu (16 godz.)

- idea marki
- podstawy budowania marki
- określanie osobowości marki
- praca z archetypami marek
- klaryfikacja obietnicy marki
- Value Proposition Design
- marki w świecie wartości
- wizerunek docelowy marki wewnątrz i na zewnątrz organizacji
- identyfikacja wizualna marki
- co-branding
- architektura marki
- The Business Model Canvas

## Psychologia marki (16 godz.)

- postrzeganie społeczne w kontekście percepcji marki
- znaczenie błędów poznawczych w komunikacji marki
- samokoncept a wartość marki dla odbiorcy
- psychologia cen
- płeć i wiek w marketingu
- wrażliwość na markę
- wpływ emocji na decyzje zakupowe konsumentów
- metody oddziaływania na motywacje i postawy konsumentów w świetle badań naukowych
- co działa, a co nie działa w reklamie
- metoda Design Thinking w projektowaniu doświadczeń Klientów
- projektowanie doświadczeń emocjonalnych – mikrowarsztat
- personal branding – mikrowarsztat

## **Strategia marki (16 godz.)**

wyznaczanie kierunków rozwoju marki  
strategia i wyznaczanie celów metodą SMART  
analiza strategiczna: analiza konsumenta, analiza konkurencji, samoanaliza  
consumer insight  
pozycjonowanie marki  
pojęcie big idea w komunikacji  
product placement  
celebrity endorsement  
rebranding  
brand extension  
wskaźniki efektywności działań brandingowych

## **Komunikacja marki (16 godz.)**

znaczenie i miejsce komunikacji w modelu biznesowym i procesie marketingowym  
zintegrowana komunikacja marketingowa  
zasady i wyzwania w obszarze komunikacji marki w XXI wieku  
planowanie strategicznej komunikacji marki - elementy procesu  
niestandardowe działania komunikacyjne marek  
Brand Behaviour & Customer Experience  
tworzenie Brand Booka

## **Marka w mediach społecznościowych (16 godz.)**

ekosystem social media  
strategiczne podejście do mediów społecznościowych  
zasady prowadzenia skutecznych działań marketingowych w mediach społecznościowych  
planowanie działań brandingowych w mediach społecznościowych  
analityka działań w social media – mierzenie efektów działań  
influencer marketing  
tips & tricks  
najciekawsze trendy w prowadzeniu mediów społecznościowych

## **Nowe trendy w marketingu i branding (16 godz.)**

trendy, makrotrendy, mikrotrendy, kontr trendy, sygnały zmian  
najciekawsze trendy społeczne, technologiczne, środowiskowe i komunikacyjne  
mikrotrendy w marketingu małych firm  
Growth Hacking  
Context Map Canvas  
Consumer Trend Canvas

### **Content marketing jako narzędzie budowania marki (16 godz.)**

content marketing w budowaniu marki eksperckiej i biznesu online  
wyznaczanie celów działań content marketingowych  
tworzenie strategii content marketingowej  
wartościowanie informacji w kontekście brandingu  
podstawy SEO  
planowanie tematów  
opracowywanie harmonogramu publikacji  
dostosowanie przekazu do kanału komunikacji  
webwriting  
content design  
podstawy komunikacji wizualnej  
dystrybucja treści w Internecie  
analizowanie efektywności działań  
AI w content marketingu  
najczęściej popełniane błędy w content marketingu

### **Warsztaty tworzenia treści (16 godz.)**

content design w praktyce  
techniki pisania – mikrowarsztat  
jak robić dobre zdjęcia smartfonem – mikrowarsztat  
retusz zdjęć – mikrowarsztat  
projektowanie w programie Canva – mikrowarsztat  
montaż filmów w bezpłatnych programach – mikrowarsztat  
popularne narzędzia content marketingowe

### **Content video (16 godz.)**

siła obrazu  
video w strategii marki  
formaty video budowanie społeczności na You Tube  
błędy w działaniach video marketingowych  
Video Content Marketing - warsztat

### **Storytelling w budowaniu marki (16 godz.)**

mitologizacja marki  
kreowanie doświadczenia poprzez opowieść  
klasyczne schematy narracyjne i ich zastosowanie w brandingu

techniki storytellingowe  
emotywna funkcja języka  
eksploracyjna funkcja metafor  
markery emocjonalne  
sprzedaż za pomocą opowieści  
budowanie relacji i networking

### **Relacje z mediami (16 godz.)**

elementarne zasady współpracy z dziennikarzami  
mikrowarsztat tworzenia baz mediów  
formy komunikacji z mediami  
warsztat tworzenia informacji prasowych  
komunikacja w sytuacji kryzysu wizerunkowego  
mikrowarsztat zarządzania sytuacją kryzysową

### **Podstawy prawa autorskiego (16 godz.)**

wykorzystanie wizerunku  
autoryzacja wypowiedzi  
stosowanie fragmentów cudzych utworów  
licencje Creative Commons  
zapisy umowne stosowane w obrocie prawami autorskimi i innymi prawami własności intelektualnej  
konsekwencje wynikające z naruszenia praw autorskich  
tworzenie regulaminów konkursów oraz uwarunkowania prawne dotyczące wyłaniania zwycięzców – warsztat  
umowy z influencerami i freelancerami - warsztat

### **Forma zaliczenia**



test sprawdzający  
wiedzę po I semestrze

test sprawdzający  
wiedzę po II semestrze

# **Wykładowcy**

**Kamila C. Mnich**



Praktyk branży kreatywnej, wykładowca, certyfikowany coach i trener. Opiekun merytoryczny kierunku Branding i Content Marketing na Uniwersytecie WSB Merito w Chorzowie oraz Wrocławiu.

Pracowała w dużych agencjach reklamowych, jako copywriter, członek zespołów kreatywnych i dyrektor artystyczny. Tworzyła kampanie reklamowe, programy edukacyjne i gry miejskie. Współtworzyła i realizowała strategie komunikacji marketingowej dla polskich firm oraz międzynarodowych koncernów.

Pracowała m.in. dla Vattenfall Distribution Poland Sp. z o.o, Vattenfall Sales Poland S.A., Tauron Polska Energia S.A, Krakowskiego Holdingu Komunalnego S.A., Park Wodnego Nemo - Wodny Świat, Beskidzkiego Domu Maklerskiego S.A., Centrali Zaopatrzenia Hutnictwa S.A. Ukończyła socjologię na Uniwersytecie Śląskim oraz studia trenerskie na Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu. Posiada certyfikat Noble Manhattan Coaching oraz IIC&M International Institute of Coaching & Mentoring.

### **Krzysztof Wadas**

Marketingowiec praktyk, ekonomista, psycholog społeczny i trener biznesu. Laureat nagrody Dyrektor Marketingu Roku 2020/2021 w kategorii zespołowej. Od kilkunastu lat pracuje w biznesie, tworzy strategie marek oraz markami zarządza. Obecnie pełni funkcję Dyrektora ds. Marketingu w Agata S.A., gdzie między innymi odpowiadał za wdrożenie jednej z najbardziej charakterystycznych kampanii reklamowych w Polsce – z Małgorzatą Sochą i Ewą Kasprzyk, która w 2021 roku była nominowana do nagrody Effie. Od wielu lat prowadzi warsztaty z zakresu między innymi strategii marki, reklamy, marketingu. Autor książki „Strategia marki krok po kroku. Czyli jak z marek małych zrobić marki wielkie”.

### **Jacek Lipski**

Ekspert z zakresu budowania strategii marketingowych i planowania działań w social media. Prowadzi firmę B&L Consulting specjalizującą się w doradztwie marketingowym, szkoleniach oraz obsłudze marketingowej małych firm oraz startupów. Doświadczenie zawodowe zdobywał jako Project&Social Media Manager w lubelskiej agencji reklamowej Vena Art oraz w korporacyjnych działach marketingu i komunikacji wewnętrznej w Żagiel S.A. i Vattenfall Distribution Poland. Jest mentorem w AIP Lublin i współautorem e-booka „Lubelskie Startupy 2015”. Publikuje na własnym blogu marketingowym oraz gościnnie w magazynach branżowych „Marketing in Progress”, „Marketing i Biznes” oraz „Marketer+”. Więcej informacji: [www.jaceklipski.com.pl](http://www.jaceklipski.com.pl)

### **Marcin Woźniak**

Ekspert w zakresie marketingu internetowego. Od dekady realizuje działania związane z przygotowaniem strategii marketingowych, obsługą social media, kampaniami SEM i przygotowaniem stron internetowych. Od 2015 roku prowadzi własną agencję EPIC, gdzie skupia się kompleksowo na działaniach związanych z marketingiem w Internecie oraz prowadzeniu szkoleń związanych z tą tematyką.

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Pracował przy projektach z różnorodnych branż: Edwanex (huta szkła), Pszczółka (FMCG), Szwedzki Stół Lublin (gastronomia), BestStaff (mechanika), Zoopers (sklep dla zwierząt), SzklanyDom.pl, Nutchup PLi GB (e - commerce), OSK Osior (nauka jazdy), Amerpharma (produkcja kontraktowa), Fundacja Sztukmistrze, AZS Lublin i wiele innych.

Od 2016 roku prowadzi szkolenia z tematyki Google Ads i podstaw analityki, marketingu w małej firmie, social media marketingu na Facebooku oraz Instagramie. Przeprowadził kilkadziesiąt szkoleń w firmach i instytucjach takich jak: Fundacja Sztukmistrze, AmerPharma, AZS Lublin, Pierre Lupina, Fundacji Teatrikon, Ogólnopolskie Spotkania Teatralne Zwierciadła, Biuro Karier KUL, Fundacja na rzecz nauki i innowacyjności i inne. Współpracował również ze Startup Academy jako szkoleniowiec i mentor. W 2019 roku został mentorem podczas konferencji SmartFoodies Weekend 2019.

### **Oskar Rak**

Ekspert w dziedzinie wideo marketingu i komunikacji audiowizualnej. Wiedzę, którą zdobył w katowickiej Szkole Filmowej oraz Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, zmienia w filmy, które sprzedają i wzbudzają emocje. Ceni sobie urozmaicenie w biznesie, dlatego działa jednocześnie w kilku obszarach: jest współwłaścicielem domu produkcyjnego klikfilm.pl, gdzie realizuje nagrania kursów online, filmów reklamowych oraz transmisji na żywo, współwłaścicielem agencji butikowej Mrowisko – wyjątkowego miejsca, które na pierwszym miejscu stawia etykę i wsparcie innych biznesów na partnerskich zasadach oraz wykładowcą Krakowskiej Szkoły Filmowej i Uniwersytecie WSB Merito, gdzie dzieli się swoją wiedzą oraz doświadczeniem. Miał okazję pracować z wieloma klientami z różnych dziedzin, między innymi: OLX, Tesco Polska, Oki Europe, Idea Bank, DietFood, pracuj.pl czy Ardagh Group. W wolnym czasie szkoli z video, występuje na konferencjach i prowadzi wykłady. Jego darmowe treści możesz znaleźć na kanale na YouTube i na jego blogu.

### **Adam Pioch**

Od ponad 15 lat specjalizuje się w Storytellingu. Tworzy opowieści i uczy jak to robić. Storytelling wykorzystuje w marketingu, szkoląc swoich klientów z tworzenia angażujących biznesowych opowieści.

Jest współautorem książki Biblia e-Biznesu 2., oraz Biblii e-Biznesu 3. Przygotował 4 rozdziały w tym jeden o storytellingu. Trzykrotnie wybrany najlepszym wykładowcą na kierunku Executive MBA WSB Wrocław. W Toastmasters osiągnął najwyższy możliwy poziom DTM (Distinguished Toastmaster).

Wykłada storytelling na uczelniach wyższych: WSB (Executive MBA – Business Trends, Wystąpienia Publiczne), Collegium Da Vinci (Marketing Internetowy), ASBIRO, Uczelnia Łazarskiego (Architekci Marki) oraz Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu i Wrocławiu.

Pisze opowieści z gatunku grozy, która jest jego ulubionym gatunkiem literackim. Kolekcjonuje wspomnienia. Stworzył własną markę szkoleń z tworzenia angażujących opowieści: Storytelling Power!

### **Anna Przybysz**

Szefowa Akademii Icon, Starszy konsultant Icon Strategies. Doświadczenie zdobywała pracując po stronie agencji oraz w działach PR. Przed dołączeniem do Icon Strategies pełniła funkcję PR managera w OFFON Agency, agencji wideomarketingu oraz spółce technologicznej i-systems. Jako doradca public relations pracowała dla Polskiego Związku Zarządzania Wierzytelnościami, firmy doradczej FUZERS, czy agencji interaktywnej Cyrek Digital.

Prowadzi zajęcia z zakresu public relations na Uniwersytecie WSB Merito w Chorzowie i Opolu, w Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, na kierunku Marketing Internetowy oraz na Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu i Wrocławiu. Laureatka najważniejszego konkursu w branży PR - Złote Spinacze.

### **Dominik Trzmielewski**

Członek Okręgowej Izby Radców Prawnych w Warszawie. Absolwent Uczelni Łazarskiego w Warszawie oraz Uniwersytetu Warszawskiego. Swoje ponad dziesięcioletnie doświadczenie zawodowe zdobywał początkowo w dużej warszawskiej kancelarii prawnej obsługującej przedsiębiorców. Obecnie, po uzyskaniu tytułu radcy prawnego, prowadzi własną praktykę zawodową, w ramach której świadczy kompleksową obsługę prawną na rzecz m.in. spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej IMS – lidera rynku wyspecjalizowanych usług z zakresu marketingu sensorycznego.

W bieżącej działalności koncentruje się przede wszystkim na zagadnieniach z zakresu prawa gospodarczego, prawa nowych technologii i własności intelektualnej, ze szczególnym uwzględnieniem prawa autorskiego oraz tworzeniu odpowiednich warunków do prowadzenia biznesu w kreatywny i bezpieczny sposób.

## **Special promotion for candidates.**

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najwięcej!

### **Zapisując się do 31 lipca, 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.

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 chorzowa a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

do 31 lipca

czesne już od

**207 zł** ~~230 zł~~

miesięcznie

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

# Ceny dla kandydatów

## Studia to inwestycja, która się zwraca

W Uniwersytecie WSB Merito 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 owocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe w Uniwersytecie WSB Merito 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
<b>1 rata</b>	<b>1 rok</b>	<b>5350 zł <del>5750 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>2 raty</b>	<b>1 rok</b>	<b>2760 zł <del>2960 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>10 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>570 zł <del>610 zł</del></b>

	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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

**12 rat**

**1 rok**

**486 zł 520 zł**

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

# Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

## Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
<b>1 rata</b>	<b>1 rok</b>	<b>5150 zł <del>5750 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>2 raty</b>	<b>1 rok</b>	<b>2660 zł <del>2960 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>10 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>550 zł <del>610 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>12 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>470 zł <del>520 zł</del></b>

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.