

Branding i Content Marketing

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry W PARTNERSTWIE OD MARCA

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.

Gwarantujemy pełną zgodność z przepisami prawa i najwyższe standardy edukacyjne.

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.

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 gdańskim a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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 wizerunkową marek.

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

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.

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.

Dlaczego warto?

"

"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

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
- Consumer Trend Radar

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 branding
- 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 branding
- 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.

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 gdańsk a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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+”.

Marcin Woźniak

Ekspert w zakresie marketingu internetowego. Od dekady realizuje działania związane z przygotowywaniem strategii marketingowych, obsługą social media, kampaniami SEM i przygotowywaniem 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.

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:

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 gdańskim studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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

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 gdańsk a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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.

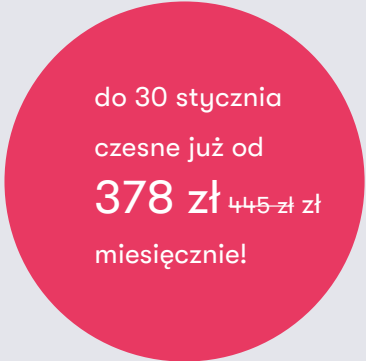
W bieżącej działalności koncentruje się przede wszystkim na zagadnieniach z zakresu prawa gospodarczego, prawa nowych technologii i własności intelektualnej, ze szczególnym uwzględnieniem prawa autorskiego oraz tworzeniu odpowiednich warunków do prowadzenia biznesu w kreatywny i bezpieczny sposób.

Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online!

Zapisując się do 30 stycznia zyskujesz **1200 zł zniżki, na którą składa się:**

- 800 zł zniżki w czesnym
- 400 zł zniżki we wpisowym



do 30 stycznia
czesne już od
378 zł ~~445 zł~~
miesięcznie!

Czesne już od 378 zł miesięcznie!

Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 378 zł / miesiąc

Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

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

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stopniowane

| | Rok nauki | Czesne |
|-------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| normal_price rat | | |
| | price_after_promotion rat | |
| | | price_last_30 rat |

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

| | Rok nauki | Czesne |
|---------------|--------------|------------------------|
| 2 raty | 1 rok | 2475 zł 2875 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 gdańsk a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



| | | |
|---------------|--------------|----------------------|
| 10 rat | 1 rok | 495 zł 575-zł |
|---------------|--------------|----------------------|

| | |
|-----------|--------|
| Rok nauki | Czesne |
|-----------|--------|

| | | |
|---------------|--------------|----------------------|
| 12 rat | 1 rok | 413 zł 480-zł |
|---------------|--------------|----------------------|

Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

Studia to inwestycja, która się zwraca

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 na Uniwersytecie WSB Merito w Gdańsku i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stopniowane

| | Rok nauki | Czesne |
|----------------------------------|-----------|--------------------------|
| normal_price rat | | |
| price_after_promotion rat | | |
| | | price_last_30 rat |

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

| | Rok nauki | Czesne |
|---------------|--------------|------------------------|
| 2 raty | 1 rok | 2375 zł 2875 zł |

| | Rok nauki | Czesne |
|---------------|--------------|----------------------|
| 10 rat | 1 rok | 475 zł 575 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 gdańsk a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



| | | |
|---------------|--------------|---------------------------------|
| | Rok nauki | Czesne |
| 12 rat | 1 rok | 396 zł 480 zł |

Ceny dla kandydatów z zagranicy

Studia to inwestycja, która się zwraca

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 WSB i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stopniowane

| | Rok nauki | Czesne |
|-------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| normal_price rat | | |
| | price_after_promotion rat | |
| | | price_last_30 rat |

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

| | Rok nauki | Czesne |
|---------------|--------------|------------------------|
| 2 raty | 1 rok | 2475 zł 2875-zł |
| | Rok nauki | Czesne |
| 10 rat | 1 rok | 495 zł 575-zł |



| | | |
|---------------|--------------|----------------------|
| | Rok nauki | Czesne |
| 12 rat | 1 rok | 413 zł 480 zł |