

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Nazwa studiów podyplomowych	Studia podyplomowe Zarządzanie Marką - Zarządzanie Marką Pracodawcy - Zarządzanie Marką Osobistą
Nazwa wydziału/jednostki	Centrum Studiów Podyplomowych
Typ studiów: kwalifikacyjne/doskonalące	Doskonalące
Język prowadzenia studiów	polski
Ogólny opis studiów	<p>Studia podyplomowe skierowane są do osób pragnących pogłębić wiedzę i podnieść kompetencje na temat strategicznych aspektów zarządzania marką. Proponujemy unikatową ofertę studiów podyplomowych zawierającą wykształcenie specjalistów w trzech obszarach tematycznych – zarządzanie marką, zarządzanie marką pracodawcy i zarządzanie marką osobistą. Połączenie trzech obszarów daje podejście całościowe, które umożliwi profesjonalne zarządzanie marką pod kątem marki, pracodawcy oraz pracowników.</p> <p>Na wizerunek marki wpływają pracownicy wyższego oraz niższego szczebla organizacji, oraz sam pracodawca. Powoduje to, że zarządzanie marką osobistą jest równie istotne, gdyż nieodpowiednio kreowany wizerunek pracowników wpływa na niekorzystny wizerunek marki. Współczesny marketing to rywalizacja marek, które próbują różnymi kanałami dotrzeć do konsumentów. Marka, która chce odnieść sukces finansowy i wizerunkowy oraz chce zostać wysoko pozycjonowana potrzebuje profesjonalnego zarządzania. To z kolei rodzi potrzebę posiadania wykwalifikowanych specjalistów ds. zarządzania marką, którzy potrafią zbudować strategię wykorzystując najnowsze narzędzia marketingowe i profesjonalnie zarządzać marką. Budowanie pozytywnego wizerunku marki i utrwalenie go w świadomości konsumentów opiera się na zbudowanej przez specjalistów strategii promocji i strategii kreowania wizerunku marki, reagując i dopasowując się do zmian, jakie zachodzą w bliższym i dalszym otoczeniu. W zależności od sytuacji na rynku, specjaliści stosują różne strategie zarządzania marką, aby osiągnąć założone cele.</p> <p>Dobrze wykształcony uczestnik studiów podyplomowych potrafi skutecznie wypromować markę, co w efekcie prowadzi do rozwoju przedsiębiorstwa i zwiększenia zysków finansowych.</p> <p>Studia podyplomowe Zarządzanie Marką - Zarządzanie Marką Pracodawcy - Zarządzanie Marką Osobistą to studia ukierunkowane na zdobycie umiejętności w zakresie:</p>

- Specyfiki zarządzania marką w aspekcie budowania przewagi konkurencyjnej;
- Strategii komunikacji marki;
- Zasad przygotowania strategii PR marki;
- Zarządzania komunikacją kryzysową marki;
- Marketingu STP;
- Warsztatu fotograficznego wykorzystywanego do tworzenia grafik w social mediach;
- Prawnych aspektów budowania i ochrony marki;
- Storytellingu wykorzystywanego w celach marketingowych;
- Content marketingu;
- Video marketingu w social mediach;
- Kreowania wizerunku marki oraz kreowanie wizerunku medialnego;
- Projektowania kampanii promocyjnych i wizerunkowych marki;
- Społecznej odpowiedzialności biznesu;
- Design thinking;
- Pomiaru działań brandingowych;
- Kultury języka;
- Sztuki wystąpień publicznych;
- Warsztatów stylizacji biznesowej i wizażu;
- Zarządzania stresem i emocjami;
- Komunikacji interpersonalnej;
- Employer branding zewnętrznego;
- Employer branding wewnętrznego – motywowanie, talent management etc.

Studia podyplomowe skierowane są do osób pragnących pogłębić wiedzę i podnieść kompetencje na temat strategicznych aspektów zarządzania marką jako istotnym niematerialnym aktywem przedsiębiorstwa oraz na temat aspektów zarządzania marką osobistą i marką pracodawcy, a w szczególności do pracowników korporacji, menedżerów, kierowników oraz wszystkich zainteresowanych, którzy chcą przekwalifikować się lub rozwinąć kompetencje na stanowiskach:

- Senior Brand Manager
- Brand Designer
- Social Media Manager

	<ul style="list-style-type: none"> • Content Designer • Specjalista ds. Personal Brandingu • Kierownika ds. Zarządzania Marką • Kierownika Marki • Menedżera ds. marki • Opiekuna marki • Konsultanta strategicznego • Specjalisty ds. zarządzania marką • Doradcy ds. wizerunku • Specjalisty ds. zarządzania marką osobistą • Rzecznika prasowego • Kierownika ds. marketingu • Dyrektora ds. marketingu • Dyrektora zarządzającego • Assistant Brand Manager • Junior/Senior Brand Manager • Category (Brand) Manager • CMO - Chief Marketing Officer • CEO - Chief Executive Officer.
Forma studiów	podyplomowe
Liczba punktów ECTS	33
Ogólne cele kształcenia	Celem kształcenia jest dostarczenie na rynek profesjonalnych brand managerów oraz doradców ds. wizerunku, którzy potrafią stworzyć i wdrożyć strategię wizerunkową marki firmy i osoby. Studia dostarczają kumulację wiedzy dotyczącą zarządzania marką, zarządzania marką pracodawcy, zarządzania marką osobistą.
Wymagania wstępne	Ukończenie studiów I stopnia
Liczba semestrów	2 semestry
Warunki ukończenia studiów podyplomowych (praca końcowa/egzamin końcowy)	Praca dyplomowa o charakterze projektowym.
Sposób ustalenia ogólnego wyniku ukończenia studiów podyplomowych	Ogólny wynik ukończenia studiów podyplomowych obliczany jest na podstawie ocen z projektów indywidualnych i/lub grupowych oraz oceny z projektu końcowego.

Opis zakładanych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 6, 7 i 8	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się
WIEDZA		
<p>Ma specjalistyczną, nowoczesną wiedzę na temat stosowanych procedur oraz metod, technik i narzędzi wykorzystywanych do kreowania kapitału marki i budowy jej wartości.</p> <p>Ma wiedzę w zakresie aspektów prawnych budowania i ochrony marki osoby, marki firmy i marki pracodawcy.</p> <p>Ma wiedzę dotyczącą zasad savoir-vivre biznesowego i sztuki dyplomacji.</p> <p>Ma wiedzę w zakresie poprawnej komunikacji interpersonalnej.</p> <p>Ma wiedzę w zakresie mowy niewerbalnej.</p>	P7S_WG	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje.
Zna i rozumie wykorzystanie narzędzi content marketingu.	P7S_WK	Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą projektu grupowego.
UMIEJĘTNOŚCI		
<p>Potrafi myśleć kreatywnie i strategicznie.</p> <p>Potrafi zbudować profesjonalny biznesowy wizerunek osoby, firmy i pracodawcy.</p>	P7S_UW	

<p>Potrafi zachować się wg. zasad savoir-vivre biznesowego.</p> <p>Potrafi profesjonalnie występować przed kamerą.</p> <p>Potrafi wypowiadać się poprawną polszczyzną.</p> <p>Potrafi zarządzać stresem i emocjami.</p> <p>Ma umiejętność autoprezentacji i autopromocji w środowisku biznesowym.</p> <p>Potrafi pracować nad rozwojem marki osobistej.</p> <p>Potrafi zbudować profesjonalny wizerunek biznesowy.</p> <p>Potrafi segmentować, targetować, pozycjonować i dokonać pomiaru działań brandingowych.</p> <p>Potrafi planować i realizować kampanie promocyjne i wizerunkowe.</p> <p>Potrafi korzystać z narzędzi content marketingu.</p> <p>Potrafi wykorzystać storytelling do tworzenia treści promocyjnych i wizerunkowych - osoby, marki i pracodawcy.</p> <p>Potrafi tworzyć treści wizerunkowe i promocyjne w Internecie i social mediach.</p> <p>Potrafi kreować swój wizerunek, wizerunek marki i wizerunek pracodawcy w rzeczywistości społecznej oraz w mediach społecznościowych.</p> <p>Potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu komunikacji werbalnej i niewerbalnej.</p> <p>Wykazuje się zdolnością analitycznego myślenia i przewidywania, w tym zdolnością określania potrzeb informacyjnych organizacji, analizy informacji oraz jej kreatywnego wykorzystania w procesach zarządczych dotyczących marki.</p>		<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje.
Potrafi zaplanować własny rozwój i rozwój innych osób.	P7S_UU	Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą pracy w grupach.
Potrafi zorganizować swoją pracę i pracować w zespole.	P7S_UO	Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą pracy w grupach.

<p>Posiada umiejętność podejmowania decyzji o charakterze strategicznym, taktycznym i operacyjnym w obszarze kreowania oferty przedsiębiorstwa i budowy kapitału marki (korporacyjnej, produktowej, osobistej).</p> <p>Ma umiejętność budowania strategii marki, marki pracodawcy i marki osoby.</p> <p>Ma umiejętność zarządzania wizerunkiem marki i osoby.</p> <p>Ma umiejętność posługiwania się narzędziami do zarządzania marką, marką osobistą i marką pracodawcy w social mediach.</p> <p>Ma umiejętność stworzenia skutecznego video w social mediach.</p> <p>Ma umiejętność autoprezentacji autopromocji marki osoby i marki firmy.</p> <p>Ma umiejętność tworzenia treści promocyjnych i wizerunkowych.</p>	P7S_UW	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, takich jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje.
<p>Posiada umiejętności komunikowania się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców.</p>	P7S_UK	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane za pomocą pracy w grupach.</p>
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
<p>Ma świadomość ważności społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).</p> <p>Ma świadomość budowania przewagi konkurencyjnej na rynku i rywalizacji wśród marek.</p> <p>Ma świadomość ważności kreowanego wizerunku pracodawcy, osoby, marki.</p> <p>Ma świadomość ważności wykorzystania wysokiej jakości zdjęć i materiałów graficznych w celach wizerunkowych i promocyjnych.</p>	P7S_KO	<p>Efekty uczenia się będą weryfikowane podczas dyskusji na zajęciach.</p>

Ma świadomość ważności wpływu sytuacji kryzysowych na wizerunek firmy. Charakteryzuje się zaangażowaniem oraz poczuciem odpowiedzialności w środowisku pracy i jest otwarty na poglądy innych osób.		
Wykazuje gotowość do rozwoju zawodowego. Wyznacza kierunki własnego rozwoju kształcenia. Wykazuje gotowość do rozwoju marki osobistej. Wykazuje gotowość do stworzenia strategii zarządzania wizerunkiem marki, marki pracodawcy marki osoby. Wykazuje gotowość do stosowania autocoachingu kariery osobistej. Wykazuje gotowość do śledzenia nowych trendów.	P7S_KR	Efekty uczenia się będą weryfikowane z wykorzystaniem aktywnych metod nauczania, takich jak: <ul style="list-style-type: none"> • dyskusje moderowane i wymiana doświadczeń, • studia przypadków, • prace zespołowe, indywidualne i grupowe projekty kreatywne, • scenki rodzajowe czy symulacje.
Wykazuje gotowość do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	P7S_KK	Efekty uczenia się będą weryfikowane podczas dyskusji na zajęciach.

Kataryna Jurek-Freluś