

WYDZIAŁ NAUK HUMANISTYCZNYCH I SPOŁECZNYCH

KARKONOSKA PAŃSTWOWA SZKOŁA WYŻSZA

w Jeleniej Górze

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

BUDOWANIE I PROMOCJA MARKI

Ogólna charakterystyka studiów:

Budowanie i promocja marki

- **Liczba godzin przeznaczonych na studia:** 200
- **Liczba semestrów nauki:** 2 semestry
- **Forma studiów:** on-line / stacjonarnie / hybrydowo (w zależności od okoliczności - w wersji hybrydowej możemy zaproponować wykłady zdalne; istnieje także możliwość zrealizowania zdalnego części warsztatów, szczególnie opartych na pracy projektowej)
- **Odbiorcy:** Studia podyplomowe "Budowanie i promocja marki" adresowane są do osób, prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą oraz małych i średnich przedsiębiorców a także dla wszystkich zatrudnionych, którzy chcą rozwinąć swoje kompetencje w zakresie budowania marki, promowania działalności swojej firmy i organizacji, wykorzystywania najnowszych technologii do promowania działalności a także uzyskać kwalifikacje niezbędne w pracy na stanowiskach specjalistów ds. komunikacji i promocji.

Studia przeznaczone są także dla osób, które chcą zająć się kompleksową obsługą komunikacji w organizacjach, działających w 3 sektorach gospodarki: biznesie, samorządach i organizacjach pozarządowych, zamierzają prowadzić działalność gospodarczą lub już działają aktywnie na rynku i chcą rozwijać praktyczne umiejętności, pozwalające im się promować bardziej efektywnie, z wykorzystaniem najnowszych technologii.

Cel studiów podyplomowych:

Celem studiów jest przygotowanie słuchaczy do samodzielnego promowania własnej działalności gospodarczej oraz do pracy na stanowiskach specjalistów komunikacji (rzeczników biur i departamentów promocji) ze szczególnym uwzględnieniem nowych technologii i innowacyjnych trendów.

Cele szczegółowe:

- Zdobyć umiejętności samodzielnego tworzenia skutecznych komunikatów adresowanych do kluczowych grup otoczenia z użyciem nowoczesnych i trafiających do odbiorcy narzędzi
- Zdobyć umiejętności skutecznego promowania działań organizacji - zarówno mikroprzedsiębiorstwa, małego i średniego przedsiębiorstwa (pensjonat, agroturystyka, restauracja) jak i dużej firmy
- Zdobyć umiejętności profesjonalnego analizowania sytuacji komunikacyjnej organizacji, projektowania i realizowania strategicznej komunikacji z otoczeniem oraz mierzenia jej rezultatów
- Poznanie praktycznych narzędzi komunikacji i zasad ich wykorzystania
- Doskonalenie umiejętności wykorzystania nowych technologii do tworzenia rozpoznawalnej marki i promowania działalności organizacji
- Zdobyć umiejętności skutecznego pozyskiwania dotacji na działalność - pisanie wniosków o granty

- Nabycie umiejętności budowania i podtrzymywania relacji z kluczowymi grupami interesariuszy
- Nabycie umiejętności budowania partnerstw i pozyskiwania sponsorów / partnerów

Słuchacze realizują program w ciągu 9 miesięcy. Planowane są spotkania raz w miesiącu, w układzie dwudniowych sesji. Planowana liczba 200 godzin zajęć dydaktycznych. Forma zaliczenia studiów odbywa się na podstawie praktycznego projektu zaliczeniowego.

W ramach programu merytorycznego prezentowanych studiów podyplomowych uczestnicy pozyskują wiedzę, umiejętności i kompetencje w następującym zakresie:

- Skuteczne tworzenie i promowanie marki
- Skuteczna komunikacja z rynkiem i otoczeniem
- Umiejętność wykorzystania narzędzi komunikacji marketingowej, w tym najnowszych technologii
- Znajomość zasad pisania efektywnych tekstów perswazyjnych (promocyjnych, opisów projektów na potrzeby instytucji przyznających dotacje, tekstów internetowych)
- Organizacja i skuteczne wykorzystanie eventów, takich jak targi, sympozja, konferencje, koncerty, konkursy itd.
- Marketing społecznościowy i budowanie relacji z klientem w sieci
- Umiejętność współpracy z mediami i wykorzystania mediów do swoich biznesowych celów
- Planowanie kampanii reklamowej w mediach społecznościowych

Uczestnik studiów podyplomowych nabywa w szczególności umiejętności praktyczne.

Słuchacze na zaliczenie przygotowują indywidualny plan strategii komunikacji dla wybranej organizacji. Po zakończeniu kształcenia absolwent ma wiedzę z zakresu skutecznego wykorzystania narzędzi komunikacji do promowania działalności organizacji.

Zakres tematyczny

Lp	Przedmiot	razem	wykłady	ćwiczenia
1.	Trening kompetencji menedżerskich	16	4	12
2.	Strategia komunikacji marki online i offline, z użyciem narzędzi reklamy i PR	16	4	12
3.	Creative writing	16	-	16
4.	Podstawy marketingu	12	4	8
5.	Zarządzanie komunikacją	16	8	8
6.	Nowoczesne narzędzia promocji	8	-	8

Załącznik do Uchwały nr 17/2021 Senatu KPSW

7.	Myślenie projektowe (Design Thinking)	8	-	8
8.	Zarządzanie projektem	8	-	8
9.	Laboratorium projektów multimedialnych	8	-	8
10	Laboratorium grafiki i design	16	-	16
11	Laboratorium projektów multimedialnych	8	-	8
12.	Analiza strategiczna w budowaniu marki i przygotowaniu biznes planów	16	-	16
13.	Prawo autorskie	4	4	4
14.	Sztuka autoprezentacji (personal branding)	8	-	8
15.	Tworzenie prezentacji multimedialnej	8	-	8
16.	Wystąpienia publiczne	8	-	8
17.	Negocjacje	8	-	8
18.	Seminarium i projekt dyplomowy	16	-	16
RAZEM (studia)		200	24	176

Matryca efektów uczenia się dla studiów podyplomowychdziedzina: **nauki społeczne, nauki humanistyczne**profil kształcenia: **praktyczny**forma studiów: **niestacjonarne**

Symbol	Kategoria charakterystyki efektów uczenia się. Po ukończeniu studiów podyplomowych <i>budowanie i promocja marki</i> absolwent:	Odniesienie do charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 7 PRK
WIEDZA		
K_W01	ma pogłębioną wiedzę na temat metod i narzędzi konstruowania strategii promocyjnych różnych podmiotów prowadzących działalność gospodarczą oraz funkcjonujących w sferze publicznej	P7S_WG
K_W02	posiada szeroką wiedzę na temat zasad korzystania z technologii informatycznych na potrzeby realizowanych przez siebie zadań w zakresie budowania marki, promowania działalności swojej firmy i organizacji	P7S_WG
K_W03	ma pogłębioną wiedzę na temat instrumentów i znaczenia marketingu oraz public relations	P7S_WG
K_W04	ma pogłębioną wiedzę na temat różnych form przekazu w zakresie komunikacji społecznej	P7S_WG
K_W05	ma szeroką wiedzę na temat metod i technik budowania cyfrowego przekazu informacyjnego	P7S_WG
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	ma umiejętność inicjowania i prowadzenia efektywnej działalności w obszarze marketingu i promocji	P7S_UW
K_U02	potrafi precyzyjnie opracowywać strategie, metody i narzędzia służące promocji firm i instytucji	P7S_UW
K_U03	zna i rozumie zasady oraz wytyczne konstruowania różnorodnych przekazów w ramach komunikacji społecznej ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców oraz potrafi je umiejscowić i prowadzić debatę w obszarze współczesnej kultury	P7S_UK
K_U04	posiada umiejętność tworzenia jasnych i efektywnych przekazów publikowanych na platformach cyfrowych z wykorzystaniem najnowszych technologii	P7S_UW
K_U05	potrafi kierować pracą zespołu podejmując w nim wiodącą rolę i/lub współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych	P7S_UO
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	jest gotowy do pracy na stanowiskach kierowniczych związanych z mediami, komunikacją i przetwarzaniem	P7S_KR

	informacji, a także kierować i konstruować koncepcje budowania marki, promowania działalności swojej firmy i organizacji	
K_K02	jest przygotowany do pełnienia różnych funkcji w zespole (pracowniczym), ma świadomość swojej roli w grupie zawodowej i społecznej	P7S_KR
K_K03	jest świadomy języka i jego konsekwencji w poszczególnych aspektach komunikacji społecznej	P7S_KK
K_K04	jest otwarty na technologie medialne i społeczne praktyki z nimi związane	P7S_KK
K_K05	myśli i działa w sposób przedsiębiorczy	P7S_KO

Załącznik

PLAN STUDIÓW PODYPLOMOWYCH**Budowanie i promocja marki**

Lp.	Przedmiot		Liczba godzin				Forma zaliczenia
	Semestr I	razem	Forma zajęć		pkt ECTS		
			wykłady	ćwiczenia	W	C	
1.	Trening kompetencji menedżerskich	16	4	12	1	2	zaliczenie
2.	Strategia komunikacji marki online i offline, z użyciem narzędzi reklamy i PR	16	4	12	1	2	zaliczenie
3.	Creative writing	16	-	16	-	2	zaliczenie
4.	Podstawy marketingu	12	4	8	-	1	zaliczenie
5.	Zarządzanie komunikacją	16	8	8	1	1	zaliczenie
6.	Nowoczesne narzędzia promocji	8	-	8	-	1	zaliczenie
7.	Myślenie projektowe (Design Thinking)	8	-	8	-	1	zaliczenie

Załącznik do Uchwały nr 17/2021 Senatu KPSW

8.	Zarządzanie projektem	8	-	8	-	1	zaliczenie
9.	Laboratorium projektów multimedialnych	8	-	8	-	1	zaliczenie
Razem (semestr I)		108	20	88	15		
	Semestr II	razem	wykłady	ćwiczenia	W	C	
10	Laboratorium grafiki i design	16	-	16	-	2	zaliczenie
11	Laboratorium projektów multimedialnych	8	-	8	-	1	zaliczenie
12.	Analiza strategiczna w budowaniu marki i przygotowaniu biznes planów	16	-	16	-	2	zaliczenie
13.	Prawo autorskie	4	4	4	1	1	zaliczenie
14.	Sztuka autoprezentacji (personal branding)	8	-	8	-	1	zaliczenie
15.	Tworzenie prezentacji multimedialnej	8	-	8	-	1	zaliczenie
16.	Wystąpienia publiczne	8	-	8	-	1	zaliczenie
17.	Negocjacje	8	-	8	-	1	zaliczenie
18.	Seminarium i projekt dyplomowy	16	-	16	-	5	Egzamin
Razem (semestr II)		92	4	88	16		
OGÓŁEM:		200	24	176	31		

REKTOR
dr n. med. Wioletta Palczewska
 prof. KPSW