Branding & Content Marketing

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry OD PAŹDZIERNIKA

Opis kierunku

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. Uczymy od podstaw i pomagamy szybko zbudować wiedzę.

Zajęcia prowadzone są przez ekspertów i praktyków w branży kreatywnej, posiadających wieloletnie doświadczenie w komunikacji marketingowej. Jeśli myślisz o stworzeniu własnej marki lub jesteś właścicielem małej firmy, będziesz mógł omówić z nimi swoje doświadczenia, przedyskutować pomysły i rozwiniesz sieć kontaktów zawodowych.

Będziesz miał okazję zapoznać się z najlepszymi praktykami brandingowymi stosowanymi na całym świecie oraz nauczysz się, jak implementować skuteczne i łatwe do wprowadzenia rozwiązania. Dowiesz się, jak praktycznie opracowywać strategię działań content marketingowych, odkryjesz i przećwiczysz tworzenie wartościowych treści, które realizują strategię komunikacji marki. Studia to inwestycja w przyszłość, która otworzy Ci drzwi do ciekawych propozycji pracy w branży marketingowej.

Opanujesz sztukę taktycznego działania w mediach społecznościowych i zaczniesz świadomie budować swoją markę osobistą.Nauczysz się strategicznie zarządzać swoim wizerunkiem w mediach cyfrowych i tradycyjnych, co pozwoli Ci budować silną i rozpoznawalną tożsamość w branży oraz społeczności, w której działasz. Poczujesz przypływ kreatywności i odwagę, by zacząć realizować swoje projekty.

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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Jeśli jesteś zainteresowany studiami podyplomowymi i chcesz dowiedzieć się więcej, zostaw do siebie kontakt!

Wypełnij formularz, a my skontaktujemy się z Tobą.

ZOSTAW KONTAKT

Co zyskujesz?

Poznasz fundamenty tworzenia silnych marek, od idei po realizację.

Zrozumiesz jak myśli i emocje wpływają na decyzje konsumenckie, postrzeganie marek i zachowania zakupowe ludzi.

Odkryjesz jak powstają strategie marek i poznasz sposoby kreatywnego pozycjonowania, stosowane przez firmy, aby się rozwijać i konkurować.

Podczas warsztatów tworzenia treści poznasz sprawdzone metody edycji fotografii, rozwiniesz umiejętności projektowania graficznego i nauczysz się pisać i zaprojektować teksty do internetu.

Odkryjesz darmowe narzędzia pozwalające tworzyć profesjonalne treści i nauczysz się wykorzystywać AI, co nada Twoim projektom zupełnie nowy wymiar.

Podczas warsztatów filmowych nauczysz się tworzyć i montować krótkie filmy, zyskując nowe możliwości działania w mediach społecznościowych.

Zanurzysz się w świecie kreatywnego myślenia, ćwicząc techniki storytellingu, potrzebne w budowaniu głębokich relacji z odbiorcami.

Zdobędziesz wiedzę na temat budowania relacji z mediami oraz zachowania w mediach społecznościowych w sytuacjach krytycznych i kryzysowych.

Poznasz podstawy prawa autorskiego, a prawnik odpowie na Twoje pytania związane z tworzeniem treści.

Otrzymasz autorskie materiały do nauki, rekomendacje książek, artykułów oraz filmów, będących inspiracją i wiarygodnym źródłem wiedzy z zakresu brandingu i content marketingu.

Będziesz uczyć się w przyjemny, skuteczny i nowoczesny sposób, zdobywając kompetencje, które pozwolą Ci osiągnąć przewagę na rynku.

Dla kogo?

Studia kierowane są do osób pragnących rozpocząć karierę w agencjach reklamowych, brandingowych, działach komunikacji i marketingu firm lub jednostek administracji publicznej. Rekomendowane są również właścicielom

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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

małych firm, samodzielnie kreujących własną markę. Studia zostały zaprojektowane dla osób, które chcą przejść szybką ścieżkę od pierwszych kroków do specjalistycznej wiedzy.

Jak się zapisać?

Pamiętaj, że studia podyplomowe możesz zacząć, jeśli masz wykształcenie wyższe (licencjackie, inżynierskie lub magisterskie). **Oznacza to, że nie musisz posiadać dyplomu magistra i już po studiach I stopnia możesz zacząć studia podyplomowe.** O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń oraz konieczność złożenia kompletu dokumentów i spełnienia wymogów wynikających z zasad rekrutacji.

Pierwszym krokiem do zapisów na studia jest wypełnienie **internetowego formularza rekrutacyjnego.**

Zachęcamy do zapoznania się ze stroną zasada rekrutacji, na której krok po kroku przeprowadzimy Cię przez formularz rekrutacyjny. Na stronie znajdziesz też regulaminy oraz wzory dokumentów do druku.

ZAPOZNAJ SIĘ Z ZASADAMI REKRUTACJI

Zastrzegamy sobie prawo do nieuruchomienia kierunku w przypadku niewystarczającej ilości zgłoszeń.

Opinie uczestników

"

Branding & Content Marketing to kolejny po Administracji kierunek studiów podyplomowych, który wybrałem w WSB (obecnie Uniwersytecie WSB Merito Opole). Dbając o swój rozwój zawodowy i osobisty, postanowiłem skorzystać z bogatej oferty, jaką przygotowała opolska uczelnia. Śmiało mogę potwierdzić, że decyzja o wyborze WSB była jak najbardziej trafna. Wykwalifikowana kadra, profesjonalna organizacja zajęć i praktyczna wiedza przekazywana na zajęciach – to mieszanka wybuchowa. Gorąco polecam! Ja, na pewno jeszcze tu wrócę!

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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

"

Bartosz Banachowski

Absolwent kierunku Branding & Content Marketing

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku **branding&content marketing** w Uniwersytecie WSB Merito Opole.

Studia mają charakter praktyczny i ukierunkowane są na rozwój umiejętności. Łączą teorię, opartą na naukowych dowodach, z elementami warsztatowymi oraz wymianą doświadczeń między uczestnikami. Program realizowany jest w oparciu o studia przypadków, ćwiczenia, dyskusje moderowane oraz miniwykłady 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 brandingu i content marketingu.



Liczba miesięcy nauki: **9**



Liczba godzin: **192**



Liczba zjazdów: **12**



Liczba semestrów: **2**

Istota branding (16 godz.)

idea marki

podstawy budowania marki
określanie osobowości marki
praca z archetypami marek
klaryfikacja obietnicy marki
Value Proposition Design
marki w świecie wartości

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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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
rembranding
brand extension
wskaźniki efektywności działań brandingowych

Komunikacja marki (16 godz.)

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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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
kryzysy i wpadki marek

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 brandingu (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 brandingu
podstawy SEO
planowanie tematów
opracowywanie harmonogramu publikacji
dostosowanie przekazu do kanału komunikacji

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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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 filmowy

Storytelling w budowaniu marki (16 godz.)

mitologizacja marki
kreowanie doświadczenia poprzez opowieść
klasyczne schematy narracyjne i 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

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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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 studiów

Test wiedzy po I semestrze i po II semestrze.

Wykładowcy

Kamila C. Mnich

Praktyk branży kreatywnej, wykładowca, certyfikowany coach i trener.

Opiekun merytoryczny kierunku Branding i Content Marketing w Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu i Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu.

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 opole 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., Urzędu Transportu Kolejowego, Instytutu Żywności i Żywienia. Ukończyła socjologię na Uniwersytecie Śląskim oraz studia trenerskie w Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu (wcześniej Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu). Posiada certyfikat Noble Manhattan Coaching oraz IIC&M International Institute of Coaching & Mentoring.

Jacek Lipski

Praktyk marketingu z ponad 16 letnim doświadczeniem, które zdobywał w agencji reklamowej Vena Art w Lublinie, korporacjach (Żagiel S.A., Vattenfall Distribution Poland) oraz we własnej firmie konsultingowo-szkoleniowej (B&L Consulting).

Specjalizuje się w audytach marketingowych oraz budowaniu strategii i planów działań marketingowych dla MŚP i startupów. Od 2015 r. zrealizował ponad 20 projektów doradczych w obszarze marketingu, rozwoju biznesu oraz internacjonalizacji, a także przeszkolił i skonsultował blisko 300 projektów biznesowych (m.in.: w ramach takich przedsięwzięć jak Platformy Startowe, Akcelerator Surferzy Wiedzy, Genesis Startup, Przedsiębiorcze Mazowsze, ShareOn Academy, Startup Art, Startup Małopolska, Smart Foodies Weekend oraz Carpathian Startup Fest).

Jest ekspertem współpracującym Instytutu Rozwoju Szkolnictwa Wyższego (IRSW), trenerem Startup Academy oraz prowadzi zajęcia ze studentami w WSB Opole, WSB Chorzów oraz UMCS w Lublinie. Posiada m.in.: Professional Diploma in Digital Strategy & Planning (Digital Marketing Institute) oraz Certificate in Professional Marketing – Award in Marketing (The Chartered Institute of Marketing).

Więcej informacji: www.jaceklipski.com.pl

Marcin Woźniak

Ekspert w zakresie marketingu internetowego. Od 8 lat 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

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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

(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.

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 miedzy innymi strategii marki, reklamy, marketingu.

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.

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.

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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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 Uniwersytecie WSB Merito we 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 w Uniwersytecie WSB Merito Chorzów i w Uniwersytecie WSB Merito Opole, w Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, na kierunku Marketing Internetowy oraz w Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu i Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu. Laureatka najważniejszego konkursu w branży PR - Złote Spinacze.

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 Klik Film [LINK] (klikfilm.pl)– to właśnie tutaj realizuje nagrania kursów online, filmów reklamowych oraz transmisji na żywo, współwłaścicielem agencji butikowej Mrowisko [LINK] (mrowisko.co) – wyjątkowe miejsce, które na pierwszym miejscu stawia etykę i wsparcie innych biznesów na partnerskich zasadach, oraz wykładowcą Krakowskiej Szkoły Filmowej i Uczelni 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,

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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

DietFood, pracuj.pl czy Ardagh Group. W wolnym czasie szkoli z video, występuje na konferencjach i prowadzi wykłady. Oscar to specjalista z najwyższej półki, który kocha dzielić się swoją wiedzą – i robi to naprawdę dobrze! Darmowe treści możesz znaleźć na kanale na YouTube i na jego blogu. Wieczory spędza w towarzystwie kotki Kikusi i suni Rosy.

Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najwięcej!

Zapisując się do 25 kwietnia, zyskujesz 1200 zł, dzięki:

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

do 25 kwietnia
czesne już od
286 zł ~~340 zł~~ zł
miesięcznie

Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 340 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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

W Uniwersytecie WSB Merito Opole 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
10 rat	**1 rok**	**500 zł ~~580 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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
10 rat	**1 rok**	**480 zł ~~580 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 opole a studentem zawierana jest w formie pisemnej.