

CHARAKTERYSTYKA STUDIÓW PODYPLOMOWYCH W ZAKRESIE *BUDOWANIA MARKI I E-PROMOCJI*

Studia podyplomowe są przeznaczone zarówno dla osób, prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą, mikroprzedsiębiorców oraz małych i średnich przedsiębiorców, jak i dla wszystkich zatrudnionych, którzy chcą rozwinąć swoje kompetencje w zakresie budowania marki, promowania działalności 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 3 sektorach gospodarki: biznesie, samorządach i organizacjach pozarządowych, zamierzają prowadzić działalność gospodarczą lub już działają aktywnie na rynku i chcą nabyć konkretnych i praktycznych umiejętności, pozwalających im się lepiej promować, z wykorzystaniem najnowszych technologii.

Słuchacze realizują program w ciągu 9 miesięcy. Planowane są spotkania raz w miesiącu, w układzie dwudniowych sesji. Planowana liczba 196 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:

- Znajomość podstaw marketingu
- Skuteczne budowanie marki z wykorzystaniem narzędzi komunikacji marketingowej, w tym najnowszych technologii
- Budowanie relacji z klientem w sieci
- Zarządzanie zespołem i przywództwo
- Podstawy negocjacji biznesowych
- Znajomość zasad pisania efektywnych tekstów perswazyjnych (promocyjnych, opisów projektów na potrzeby instytucji przyznających dotacje)
- Organizacja i skuteczne wykorzystanie eventów, takich jak targi, sympozja, konferencje, koncerty, konkursy itd.
- Poznanie roli eventów w promowaniu działalności
- Podstawy grafiki komputerowej
- 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.

Zajęcia będą odbywały się w nowoczesnych salach dydaktycznych, pracowni komputerowej oraz studiu radiowym i telewizyjnym.