



Program szkolenia "BRANDING MARKI W ERZE CYFROWEJ "				
Wymagania wstępne (w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych)				
Podstawowa orientacja w zasadach komunikacji marketingowej i funkcjonowania marki w środowisku biznesowym.				
Założenia i cel kształcenia				
Celem jest przygotowanie do świadomego budowania i zarządzania wizerunkiem marki w erze cyfrowej, z uwzględnieniem wpływu nowych technologii – w tym sztucznej inteligencji – na procesy kreacji i komunikacji. Nauka wykorzystywania nowoczesnych narzędzi AI i technologii w tworzeniu materiałów brandingowych oraz zrozumienie, jak łączyć estetykę, emocje i dane w budowaniu wizerunku marki, który angażuje odbiorcę.				
Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych				
W zakresie wiedzy: 1. Rozróżnia kluczowe elementy wizerunku marki i rozumie ich znaczenie w komunikacji wielokanałowej. 2. Wskazuje i porównuje narzędzia cyfrowe, w tym rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji, wykorzystywane w projektowaniu materiałów brandingowych. 3. Identyfikuje reguły tworzenia contentu skierowanego do odpowiedniej grupy docelowej 4. Zna podstawowe zasady promowania marki W zakresie umiejętności: 1. Projektuje spójne materiały wizualne marki dopasowane do różnych platform komunikacyjnych (social media, strona www, druk). 2. Dobiera narzędzia (w tym AI) do projektowania procesów brandingowych. 3. Opracowuje treści i grafiki zoptymalizowane pod kątem estetyki, formatu i zachowań odbiorców. 4. Potrafi wykorzystać sztuczną inteligencję do generowania koncepcji kreatywnych. W zakresie kompetencji społecznych: 1. Potrafi argumentować swoje decyzje projektowe, odnosząc je do strategii marki, wartości i kontekstu kulturowego. 2. Współpracuje efektywnie w zespole kreatywnym, wykorzystując zróżnicowane perspektywy i narzędzia wspierające współtworzenie treści. 3. Rozumie znaczenie etyki i autentyczności w komunikacji wizualnej oraz odpowiedzialnego korzystania z technologii AI w marketingu.				
Treści programowe	Liczba godzin szkoleniowych	Liczba godzin na pracę własną	Metody prowadzenia szkolenia	liczba punktów ECTS
Wprowadzenie do brandingu w erze cyfrowej	2	0	wykład, prezentacja multimedialna	0,08
Badanie konkurencji w Internecie	1	0	wykład, prezentacja multimedialna, zadania praktyczne	0,04
Dobieranie narzędzi promocyjnych do odpowiedniej grupy docelowej	2	1	wykład, prezentacja multimedialna, zadania praktyczne	0,12
Projektowanie treści na różne kanały z pomocą narzędzi AI	5	1	prezentacja multimedialna, zadania komunikacyjne w grupie, ćwiczenia przedmiotowe	0,24
Projektowanie grafik na media społecznościowe z pomocą platform cyfrowych	5	1	prezentacja multimedialna, zadania komunikacyjne w grupie, ćwiczenia przedmiotowe	0,24
Zasady projektowania materiałów marketingowych do druku i online.	2	1	prezentacja multimedialna, zadania komunikacyjne w grupie, ćwiczenia przedmiotowe	0,12
Projektowanie rolek spójnych z wizerunkiem marki	3	1	prezentacja multimedialna, zadania komunikacyjne w grupie, ćwiczenia przedmiotowe	0,16
SUMA				1
rodzaj (forma) oceny, rozumiane jako metoda weryfikacji efektów uczenia się				
Test, obserwacja uczestnika przez prowadzącego				
Posiedzenie Komisji w dniu 20.10.2025 Komisja w składzie: 1. Lena Osińska-Picheta 2. Lidia Mączkowska 3. Wojciech Wendt				