



Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

Załącznik nr 3
do Zarządzenia Prorektora ds. Kształcenia Nr RD./Z.0211.2.2021

Uchwalony przez Radę Instytutu
w dn.

Ustalony przez Senat

.....
pieczęć Instytutu

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH 2026/2027

Nazwa studiów	Digital marketing i kreatywna reklama z AI		
Liczba semestrów	2	Liczba punktów ECTS	31
Dziedzina/dziedziny, w których prowadzone jest kształcenie	Dyscyplina/dyscypliny, w których prowadzone jest kształcenie		
Dziedzina nauk społecznych	Nauki o zarządzaniu i jakości – 80%		
	Ekonomia i finanse – 10%		
	Nauki prawne – 10%		

I. WARUNKI PRZYJĘCIA NA STUDIA (w tym dodatkowe wymagania)

Ukończenie studiów I lub II stopnia lub jednolitych magisterskich. Poświadczenie poziomu kwalifikacji pełnych oraz osiągnięcia efektów kształcenia przewidzianych dla 6 lub 7 poziomu PRK: Dyplom ukończenia studiów wyższych na dowolnym kierunku studiów.

II. KWALIFIKACJE I UPRAWNIENIA UZYSKANE PO UKOŃCZENIU STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Charakterystyka kwalifikacji cząstkowych uzyskanych po ukończeniu studiów podyplomowych

Absolwent nabywa kompleksową wiedzę i umiejętności praktyczne w obszarze digital marketingu, e-commerce, social media ads, marketing automation oraz projektowania kampanii z wykorzystaniem AI do opracowywania i wdrożenia skutecznej strategii marketingowej i kampanii reklamowej marki przy wykorzystaniu praktycznych narzędzi digital marketingu (Google Ads, Meta Ads, Google Analytics, narzędzi SEO/AIO, narzędzi AI do kreacji, contentu i wideo). Duży nacisk jest kładziony na kształtowanie kreatywności jako kompetencji przyszłości oraz na kompetencje analityczne, automatyzację działań i pracę projektową. Słuchacze nabiorą praktycznych umiejętności z zakresu obsługi popularnych narzędzi digital marketingu, planowania, konfiguracji i optymalizacji kampanii reklamowych, tworzenia treści, analizy danych oraz projektowania działań sprzedażowych online wykorzystywanych przez marketerów w praktyce. Studia

adresowane są do osób, które chcą rozpocząć pracę w marketingu, myślą o przebranżowieniu się, ale również tych, które są zainteresowane rozwojem swojej marki poprzez efektywnie prowadzone działania marketingowe i reklamowe zorientowane na wyniki biznesowe i sprzedażowe, w szczególności w kanałach online i e-commerce, tj. do przedsiębiorców, menedżerów i specjalistów ze sfery biznesowej, jak również jednostek administracji publicznej i organizacji społecznych, osób zaangażowanych w działalność polityczną i społeczną, które zajmują się marketingiem, reklamą, PR, organizowaniem wydarzeń oraz planowaniem i realizacją kampanii reklamowych.

Upewnienia związane z posiadanymi kwalifikacjami

Nie dotyczy.

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych	
WIEDZA	
W01	Posiada wiedzę na temat aktualnych trendów w digital marketingu oraz możliwości wykorzystania sztucznej inteligencji (AI) w automatyzacji, analityce danych, kreacji treści, wideo i projektowaniu graficznym.
W02	Zna zasady kreowania marki i zarządzania nią, a także zasady komunikacji wizerunkowej zgodnie z założonymi celami. Rozumie koncepcję social media marketingu, e-mail marketingu i marketing automation, website marketingu z elementami SEO i AIO, wideomarketingu, content marketingu i PR oraz e-commerce marketingu i kampanii płatnych (paid media).
W03	Posiada wiedzę na temat planowania i opracowania strategii marketingowej, w tym metod badań marketingowych i analizy danych marketingowych, służących do analizy rynkowej, jak również sposobów segmentacji rynku i wyboru rynku docelowego. Rozumie istotę persony, marketing-mix i wybrane KPI oraz lejka sprzedażowego i customer journey.
W04	Zna różne formy reklamy oraz systemy reklamowe w digital marketingu, przede wszystkim Google Ads i Meta Ads oraz zasady optymalizacji kampanii performance. Zna podstawy SEO i AIO, a także podstawowe przepisy prawne z zakresu marketingu i reklamy.
UMIĘTNOŚCI	
U01	Potrafi samodzielnie planować, konfigurować i analizować działania z wykorzystaniem narzędzi digital marketingu, w tym m.in. narzędzie analityczne Google Analytics 4 oraz narzędzia do monitoringu i analizy mediów społecznościowych (Brand24, Sotrender), a także popularne narzędzia AI.
U02	Potrafi projektować strategię marketingową i kampanię reklamową, w tym określać cele, KPI, budżet i harmonogram działań, wykorzystując kreatywne techniki w digital marketingu. Zna narzędzia kreacji reklamowej, szczególnie AI, i potrafi obsługiwać wybrane z nich. Potrafi projektować proste strony internetowe zgodnie z zasadami UX, SEO i AIO.
U03	Potrafi konfigurować kampanie reklamowe w systemach Google Ads i Meta Ads. Potrafi tworzyć angażujące komunikaty reklamowe. Potrafi przeprowadzić kampanię e-mail marketingową i wideomarketingową z wykorzystaniem narzędzi automatyzacji i AI. Potrafi automatyzować wybrane działania marketingowe. Potrafi wykorzystać social media do realizacji celów marki. Potrafi budować kampanię z wykorzystaniem głównie mediów digitalowych oraz influencer marketingu.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K01	Wykazuje postawę kreatywną i przedsiębiorczą w zakresie inicjowania różnych działań marketingowych samodzielnie i we współpracy z innymi, ustala priorytety, planuje i organizuje zadania, ocenia i weryfikuje działania.
K02	Skutecznie komunikuje się z otoczeniem, argumentuje swoje opinie i oceny.
K03	Jest otwarty na różne postawy i poglądy innych, kieruje się zasadą tolerancji i etyczną postawą w swoich działaniach, w szczególności w obszarze wykorzystania danych i narzędzi AI.

IV. FORMY SPRAWDZANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ (matryca efektów uczenia się)

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Testy wiedzy
W1	X					X	X	X		X			X
W2	X					X	X	X		X			X
W3	X					X	X	x		X			X
W4	X					X	X	X		X			X
U1	X					X	X	X					
U2	X					X	X	X					
U3	X					X	X	X					
U4	X					X	X	X					
K1	X					X	X	X					
K2	X					X	x	X					
K3	X					X	x	x					

.....
Pieczeńć i podpis Dyrektora Instytutu

**PLAN STUDIÓW PODYPLOMOWYCH: DIGITAL MARKETING I KREATYWNA
REKLAMA Z AI
2026/2027**

semestr 1

zajęcia

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	Praktyka	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach						E-learning				razem
		A	K	L	S	P						
Filary marketingu (praktyczny) (zdalny)		20						20	ZO	3		
Reklama Google Ads i analityka (praktyczny) (zdalny)		20						20	ZO	3		
Zarządzanie marką (praktyczny) (zdalny)		15						15	Z	2		
Trendy w marketingu (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z	1		
AI w digital marketingu (praktyczny) (zdalny)		15						15	Z	2		
Website marketing + SEO i AIO (praktyczny) (zdalny)		10						10	ZO	2		
Komunikacja wizerunkowa: PR i influencer marketing (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z	1		
Prawo w marketingu (zdalny)	10							10	Z	1		
Pozostałe zajęcia (praktyka)												
	10	100						110	-	0	15	

semestr 2

zajęcia

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	Praktyka	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach						E-learning				razem
		A	K	L	S	P						
Strategia marketingowa (praktyczny) (zdalny)		20						20	ZO	3		
E-commerce marketing (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z	1		

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	Praktyka	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem			
		A	K	L	S	P					
Wideo marketing z AI (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z		1
Content marketing i copywriting w erze AI (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z		1
Social media marketing (praktyczny) (zdalny)		15						15	ZO		2
E-mail marketing i marketing automation (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z		1
Kreacja wizualna i AI Design Studio (praktyczny) (zdalny)		15						15	ZO		2
Planowanie i organizowanie kampanii reklamowej (praktyczny) (zdalny)		20						20	ZO		3
Kampania social media ads (praktyczny) (zdalny)		10						10	ZO		2
Pozostałe zajęcia (praktyka)											
		120						120	-	0	16

Łączna liczba godzin: 230

Łączna liczba pkt. ECTS: 31

1) praktyki zawodowe pedagogiczne

semestr	nazwa praktyki (rodzaj i zakres oraz miejsce realizacji)	tyg.	godziny zajęć z ucz./wych.		termin i system realizacji praktyki
			razem	prow.	

2) praktyki zawodowe (pozapedagogiczne)

semestr	nazwa praktyki (rodzaj i zakres oraz miejsce realizacji)	tyg.	godz.	termin i system realizacji praktyki

.....
pieczęć i podpis Dyrektora Instytutu

Uchwała nr 9/30/03/2026
Rady Instytutu Prawa, Ekonomii i Administracji
Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
z dnia 30 marca 2026 roku

w sprawie: zatwierdzenia programu i planu studiów podyplomowych
Digital marketing i kreatywna reklama z AI

Działając na podstawie § 45 ust. 5 Statutu Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie oraz Zarządzenia Nr R.Z.0211.47.2024 Rektora Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie z dnia 4 lipca 2024 roku w sprawie: zmian w Statucie i ogłoszenia tekstu jednolitego Statutu Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie uchwała się, co następuje:

§ 1.

Rada Instytutu zatwierdza program i plan studiów podyplomowych Digital marketing i kreatywna reklama z AI, przewidzianych do realizacji w Instytucie Prawa, Ekonomii i Administracji w roku akademickim 2026/2027.

§ 2.

Uchwała obowiązuje od dnia jej podjęcia.

ZASTĘPCA DYREKTORA
Instytutu Prawa, Ekonomii i Administracji



dr Ryszard Koziol