



**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.

Uprawnienia 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                 |         |                      |               |                 |              |

.....

Pieczęć 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<br>ECTS |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|--|--|--|--|--|-------|-----|----------|----------------|
|                                                                          | W                  | zajęć w grupach |  |  |  |  |  | razem |     |          |                |
| 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<br>ECTS |
|----------------------------------------------|--------------------|-----------------|--|--|--|--|--|-------|-----|----------|----------------|
|                                              | W                  | zajęć w grupach |  |  |  |  |  | razem |     |          |                |
| 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<br>(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<br>(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 Koziół*