



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

Nazwa studiów	Social media & AI marketing
---------------	-----------------------------

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 poddyplomowych

Absolwent nabywa wiedzę i umiejętności praktyczne z obszaru wykorzystania mediów społecznościowych oraz sztucznej inteligencji (AI) w planowaniu strategii social media, tworzeniu treści, kampaniach płatnych (Meta Ads), analityce danych oraz automatyzacji działań marketingowych. Potrafi opracować i wdrożyć strategię social media przy wykorzystaniu profesjonalnych narzędzi analitycznych, reklamowych i AI stosowanych w pracy specjalistów social media. Nabiera umiejętności z zakresu samodzielnego planowania, konfiguracji i optymalizacji działań z wykorzystaniem narzędzi stosowanych przez specjalistów od social media, a także potrafi wykorzystać AI do generowania treści, grafiki, wideo, automatyzacji publikacji i analizy wyników. Studia adresowane są do osób, które chcą rozpocząć pracę w branży social media, myślą o przebranżowieniu się, ale również tych, które są zainteresowane rozwojem marki poprzez skuteczne działania komunikacyjne i

sprzedażowe w mediach społecznościowych, tj. do przedsiębiorców, menedżerów i specjalistów z przedsiębiorstw, jednostek administracji publicznej i organizacji społecznych, osób zaangażowanych w działalność polityczną i społeczną, które zajmują się marketingiem, reklamą, Public Relations, organizowaniem wydarzeń specjalnych, planowaniem i realizacją kampanii reklamowych, odpowiadają za opracowywanie, wdrażanie, zarządzanie i ocenę skuteczności kampanii marketingowych.

Ponadto studia są przeznaczone dla osób, które mają doświadczenie w marketingu, lecz potrzebują zaktualizować kompetencje w obszarze performance marketingu, analityki social media i automatyzacji z wykorzystaniem AI.

Studia przygotowują do egzaminu certyfikacyjnego Meta Certified Digital Marketing Associate – certyfikatu Meta Platforms Inc. (dawniej Facebook Inc.) o znaczeniu międzynarodowym (przystąpienie do certyfikatu jest dobrowolne i odbywa się poza studiami).

Uprawnienia związane z posiadanymi kwalifikacjami

Nie dotyczy.

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych	
WIEDZA	
W01	Zna aktualne trendy w social media marketingu i AI. Wie, w jaki sposób wykorzystać AI do realizacji celów marketingowych. Posiada wiedzę dotyczącą badań i analizy danych social media (research, monitoring, insighty) służących budowie strategii marki. Wie, w jaki sposób budować zasięg i zaangażowanie wokół marki w mediach społecznościowych, wykorzystując kreatywne techniki contentowe i narzędzia AI.
W02	Posiada wiedzę na temat wykorzystywania mediów społecznościowych do realizacji celów biznesowych, budowania i wdrażania strategii social media przy wykorzystaniu content marketingu, marketingu viralowego, video, grafik i copywritingu oraz płatnych kampanii reklamowych (social media ads”). Wie, w jaki sposób tworzyć kampanie influencer marketingu. Rozumie istotę persony. Zna podstawowe zasady analityki, raportowania i optymalizacji działań w oparciu o KPI.
W03	Posiada wiedzę na temat planowania, targetowania i optymalizacji kampanii płatnych w social media (Meta Ads i innych). Zna zasady influencer marketingu i zarządzania kryzysem w social media, rozumie przepisy prawne dotyczące działalności marketingowej w mediach społecznościowych oraz z wykorzystaniem AI.
UMIĘTNOŚCI	
U01	Potrafi samodzielnie wykorzystywać narzędzia AI, analityczne i publikacyjne do planowania i realizacji działań social media (m.in. narzędzia do monitoringu i analizy social media, narzędzia do planowania postów, itp.).
U02	Potrafi projektować strategię social media wykorzystując kreatywne techniki oraz narzędzia AI określając cele, KPI, grupy docelowe i harmonogram działań. Potrafi tworzyć grafiki i wideo przy użyciu narzędzi kreatywnych AI oraz formułować angażujące komunikaty reklamowe zgodnie z prawem.
U03	Potrafi planować, konfigurować i optymalizować kampanie reklamowe w systemach Meta Ads i innych reklamy w social media (Meta Ads i inne).
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K01	Wykazuje postawę kreatywną i przedsiębiorczą w zakresie inicjowania działań w social media 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 zakresie komunikacji w social media i wykorzystania danych oraz 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
W2	X					X	X	X					X
W3	X					X	X	x					X
U1	X					X	X	X					
U2	X					X	X	X					
U3	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: **SOCIAL MEDIA & AI MARKETING**
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						
Marketing & social media research (praktyczny) (zdalny)		15						15	ZO	3		
AI & automation w digital marketingu (praktyczny) (zdalny)		15						15	Z	2		
Trendy i innowacje w social media&AI (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z	1		
Content marketing i marketing viralowy (praktyczny) (zdalny)		20						20	ZO	3		
Narzędzia social media i AI (praktyczny) (zdalny)		15						15	Z	2		
Meta marketing (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z	1		
Social media ads (praktyczny) (zdalny)		20						20	ZO	3		
Prawo w erze social media i AI (zdalny)	10							10	Z	1		
Pozostałe zajęcia (praktyka)												
	10	105						115	-	0	16	

semestr 2

zajęcia

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	Praktyka	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach						E-learning				razem
		A	K	L	S	P						
Strategia social media (praktyczny) (zdalny)		15						15	ZO	3		
Video media (praktyczny) (zdalny)		10						10	ZO	2		

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	Praktyka	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning				razem
		A	K	L	S	P					
Creative Studio: grafika, wideo i AI (praktyczny) (zdalny)		20						20	ZO	3	
Personal & professional branding w social media (praktyczny) (zdalny)		15						15	Z	2	
Analityka social media (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z	1	
Zarządzanie kryzysem w social media (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z	1	
Influencer & creator marketing (praktyczny) (zdalny)		10						10	Z	1	
Copywriting w social media z AI (praktyczny) (zdalny)		10						10	ZO	2	
Pozostałe zajęcia (praktyka)											
		100						100	-	0	

Łączna liczba godzin: 215

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 10/30/03/2026
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
Social media & AI marketing

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 Social media & AI marketing, 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 Kozioł