

*Załącznik
do Uchwały Senatu UEK nr T.0022.91.2025
z dnia 10 lipca 2025 roku*

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Marketing and Corporate Communication

1. Adresaci studiów:

Studia podyplomowe Marketing and Corporate Communication, realizowane w języku angielskim, są skierowane do liderów oraz menedżerów średniego i wyższego szczebla, którzy funkcjonują w środowisku korporacyjnym, chcą lepiej zrozumieć mechanizmy skutecznej komunikacji w organizacji oraz uzupełnić swoją wiedzę o nowoczesne narzędzia i strategie marketingowe wspierające budowanie wizerunku, zaangażowanie pracowników i relacje z otoczeniem biznesowym.

Program studiów został zaprojektowany w taki sposób, aby odpowiedzieć na wyzwania współczesnych korporacji, które – w obliczu dynamicznie zmieniającego się otoczenia rynkowego – zobligowane są do prowadzenia efektywnej, etycznej i zrównoważonej komunikacji z wykorzystaniem nowoczesnych metod i narzędzi wspierających działania marketingowe.

Studia realizowane są we współpracy Krakowskiej Szkoły Biznesu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz Clark University (USA) i skierowane są do kandydatów z Polski oraz z zagranicy, którzy posługują się językiem angielskim na poziomie biegłym. Program kończy się uzyskaniem podwójnego dyplomu obu uczelni.

2. Cel studiów:

Celem studiów jest przygotowanie uczestników do pełnienia roli liderów w strukturach korporacyjnych, odpowiedzialnych za projektowanie i wdrażanie skutecznych strategii marketingowych oraz prowadzenie komunikacji w złożonym środowisku biznesowym. Program kształtuje kompetencje w zakresie efektywnego i odpowiedzialnego komunikowania w kontekście wielokanałowym, globalnym i dynamicznie zmieniającym się, z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi i technologii wspierających działania marketingowe. Absolwenci studiów będą przygotowani do realizacji spójnych, etycznych i zrównoważonych strategii komunikacyjnych, przyczyniających się do wzrostu efektywności

operacyjnej oraz konkurencyjności organizacji a także do profesjonalnego reagowania na zmiany oraz sytuacje kryzysowe w obszarze komunikacji.

Program studiów obejmuje nowoczesne metody dydaktyczne, w tym m.in. odwróconą klasę, warsztaty, hackathony, techniki foresightowe, design thinking oraz grywalizację, które sprzyjają aktywnemu uczeniu się, rozwijaniu kompetencji praktycznych oraz krytycznemu myśleniu w kontekście wyzwań współczesnego środowiska korporacyjnego.

3. Program studiów:

L.p.	Przedmiot	Wymiar godzinowy	ECTS
1	Marketing and Communication Strategies	40	5
2	Multi Channel Communications	40	5
3	Communicating Responsibly	40	5
4	Strategic Marketing Tools and Applications	24	4
5	Research and Marketing Analytics	24	4
6	Cultural Diversity and Intercultural Communication	24	4
7	PR in the Digital Age	24	4
8	Change Management	24	4
9	AI & Big Data in Corporate Marketing	24	4
10	Legal Frameworks for Corporate Communication	24	4
11	Capstone Practicum	32	5
12	Corporate Insights: Expert-Led Sessions	8	1
13	Visual Communication Design	18	3
14	Neuromarketing and Machine Learning	18	3
15	Personal Branding for Corporate Leaders	18	3
16	Innovation Lab: Designing Creative Communication and Immersive Experiences	16	2
17	Hackathon Session: Interactive Events for Communication and Engagement	16	2
18	Foresight: Predicting Change and Future Immersive Communication Strategies	16	2
	Razem:	430	64

4. Czas trwania studiów oraz liczba godzin:

Studia podyplomowe odbywać się będą w trybie niestacjonarnym w piątki, soboty i niedziele. Wymiar godzin: 430. Czas trwania: cztery semestry. Studia będą prowadzone w języku angielskim, w modelu hybrydowym (stacjonarny + zdalny).

5. Warunki oraz sposób zaliczenia studiów:

Warunki zaliczenia poszczególnych przedmiotów są szczegółowo określone w kartach przedmiotów. Aby ukończyć studia i uzyskać dyplom, słuchacze muszą zaliczyć wszystkie przedmioty oraz przygotować i obronić pracę dyplomową. Po spełnieniu tych warunków otrzymują podwójny dyplom: Krakowskiej Szkoły Biznesu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz Clark University (USA).

6. Efekty uczenia się:

Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych		
Jednostka prowadząca:	Krakowska Szkoła Biznesu UEK	
Nazwa studiów podyplomowych:	Marketing and Corporate Communication	
Dziedzina nauki:	Nauki społeczne	
Profil studiów:	ogólnoakademicki	
Poziom PRK	7	
Poziom studiów:	podyplomowe	
Liczba semestrów:	4	
Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się
P_W (WIEDZA) Absolwent zna i rozumie:		
MiCC W 01	w pogłębionym stopniu teorie i koncepcje stanowiące zaawansowaną wiedzę z zakresu marketingu i komunikacji	P7S_WG
MiCC W 02	w pogłębionym stopniu główne trendy oraz kierunki zmian w obszarze marketingu i komunikacji korporacyjnej, uwzględniając ich wpływ na strategię organizacji	P7S_WG
MiCC W 03	w pogłębionym stopniu metody, techniki oraz narzędzia wykorzystywane w obszarze marketingu i komunikacji, ze szczególnym uwzględnieniem ich zastosowania w realizacji funkcji przywódczych i zarządczych w organizacji	P7S_WG
MiCC W 04	w pogłębionym stopniu współczesne i prognozowane wyzwania w kontekście komunikacji i technologii, które wpływają na funkcjonowanie korporacji	P7S_WK
MiCC W 05	w pogłębionym stopniu prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w ramach studiowanego kierunku studiów podyplomowych	P7S_WK
MiCC W 06	w pogłębionym stopniu zasady i standardy tworzenia profesjonalnych form komunikacji wykorzystywanych w środowisku korporacyjnym	P7S_WG

P_U (UMIEJĘTNOŚCI) Absolwent potrafi:		
MiCC U 01	dobierać i stosować odpowiednie metody i narzędzia do rozwiązania złożonych problemów z zakresu marketingu i komunikacji w środowisku korporacyjnym	P7S_UW
MiCC U 02	dokonywać selekcji, interpretacji oraz wyjaśniania zjawisk i procesów zachodzących w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu, w szczególności w kontekście przepływu informacji i komunikacji, z uwzględnieniem ich znaczenia dla funkcjonowania organizacji	P7S_UW
MiCC U 03	komunikować się różnymi kanałami komunikacyjnymi z otoczeniem biznesowym	P7S_UK
MiCC U 04	kierować pracą zespołu, współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych przyjmując postawę lidera, motywować i inspirować członków zespołu do aktywności	P7S_UO
MiCC U 05	samodzielnie planować i realizować działania prowadzące do osiągnięcia założonych celów, wykazując się odpowiedzialnością i świadomością potrzeby uczenia się przez całe życie	P7S_UO
P_K (KOMPETENCJE SPOŁECZNE) Absolwent jest gotów do:		
MiCC K 01	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści w szczególności z zakresu marketingu i komunikacji	P7S_KK
MiCC K 02	uznawania znaczenia informacji i wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych dotyczących zjawisk społeczno-ekonomicznych	P7S_KK
MiCC K 03	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, kreatywny, innowacyjny, przyjmując postawy przedsiębiorcze,	P7S_KO
MiCC K 04	działać w środowisku korporacyjnym w sposób etyczny i zrównoważony	P7S_KR

Objaśnienia oznaczeń w symbolach dotyczących kierunku studiów podyplomowych:

MiCC – kierunek Marketing and Corporate Communication

- W – kategoria wiedzy
- U – kategoria umiejętności
- K – kategoria kompetencji społecznych
- 1,2, 3 i kolejne – numer efektu uczenia się

Objaśnienia oznaczeń w odniesieniach do charakterystyk efektów uczenia się

- P – poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK)
- P7S – charakterystyka drugiego stopnia poziomu 7 PRK

P7U_W – charakterystyka uniwersalna (WIEDZA):

- P7S_WG – charakterystyka drugiego stopnia (zakres i głębokość)
- P7S_WK – charakterystyka drugiego stopnia (kontekst)

P7U_U – charakterystyka uniwersalna (UMIEJĘTNOŚCI):

- P7S_UW – charakterystyka drugiego stopnia (wykorzystanie wiedzy)
- P7S_UK – charakterystyka drugiego stopnia (komunikowanie się)
- P7S_UO – charakterystyka drugiego stopnia (organizacja pracy)
- P7S_UU – charakterystyka drugiego stopnia (uczenie się)

P7U_K – charakterystyka uniwersalna (KOMPETENCJE SPOŁECZNE):

- P7S_KK – charakterystyka drugiego stopnia (oceny/krytyczne podejście)
- P7S_KO – charakterystyka drugiego stopnia (odpowiedzialność)
- P7S_KR – charakterystyka drugiego stopnia (rola zawodowa)