



- 30 h wykładów/warsztatów
- 6 h spotkań z biznesem
- 4 h konsultacje dot. Pitchu oraz zaliczenie kursu.



**dr Aga Szuścik**

Praca z klientem: od pozyskania zlecenia aż do zaksięgowania przelewu (omawiam każdy etap, podając zasady i sposoby zwiększające efektywność)  
(180 minut);

Podstawy psychologii dla freelancera: praca w domu, bycie jednoosobową firmą, panowanie nad emocjami, zdrowa komunikacja, wyważenie poczucia własnej wartości (60 min.)

---

**Zajęcia odbywają się 18:00 - 20:00  
w czwartki i piątki.  
Zajęcia online realizujemy poprzez MS Teams**

\*W razie twojej nieobecności na spotkaniu możesz odczytać nagranie z wykładu do 3 dni.



- 30 h wykładów/warsztatów
- 6 h spotkań z biznesem
- 4 h konsultacje dot. Pitchu oraz zaliczenie kursu.



**dr Magda Kowalska - Musiał**

Współczesne cele przedsiębiorstw. Świadome kształtowanie tożsamości przedsiębiorstwa w oparciu o zidentyfikowane wartości. Warsztaty mające na celu odkrycie tożsamości każdego uczestnika. Praca nad ich identyfikacją przez osobę prezentującą opowieść jak i przez słuchaczy (120 min.)

Omówione zostaną schematy opowieści kształtujących osobowość marki lub osoby na podstawie koncepcji 12 archetypów w storytellingu (M. Mark i C.S. Pearson) Warsztaty: opowiedz mi swoją prawdziwą historię. Wpływ rzetelnego przekazu marketingowego na proces podejmowania decyzji zakupu przez nabywców (60 min.)

---

**Zajęcia odbywają się 18:00 - 20:00  
w czwartki i piątki.  
Zajęcia online realizujemy poprzez MS Teams**

\*W razie twojej nieobecności na spotkaniu możesz odczytać nagranie z wykładu do 3 dni.



- 30 h wykładów/warsztatów
- 6 h spotkań z biznesem
- 4 h konsultacje dot. Pitchu oraz zaliczenie kursu.



**Jakub Sztyler**

- **Jak efektywnie współpracować z influencerami? (60 min.)**  
Kim jest influencer, ile zarabia, relacja influencer x marka, jak znaleźć odpowiedniego ambasadora dla marki? jak mierzyć wyniki jego pracy?
- **Jak zbudować dobrą kampanię e-commerce (kilka słów o digital marketingu)(60 min.)**  
Film jako siła napędowa komunikacji w internecie. Umiejętna współpraca z agencją digitalową/ SEM jako jeden z gwarantów sukcesu.
- **Branża fashion - analiza wizerunku największych Polskich marek (60 min.)** Case study najbardziej efektywnych kampanii reklamowych.

---

**Zajęcia odbywają się 18:00 - 20:00  
w czwartki i piątki.  
Zajęcia online realizujemy poprzez MS Teams**

\*W razie twojej nieobecności na spotkaniu możesz odczytać nagranie z wykładu do 3 dni.



- 30 h wykładów/warsztatów
- 6 h spotkań z biznesem
- 4 h konsultacje dot. Pitchu oraz zaliczenie kursu.



**Karolina Sztylek**

- **Etyka w reklamie (60 min.)**
  - Czym jest etyka w branży kreatywnej? omówienie instytucji Rady Reklamy.
  - Czy istnieje kodeks etyki dla branży reklamowej?
  - Case study - rynek reklamy, a pogłębiające się problemy społeczne: nadwaga, uzależnienie od leków i suplementów diety.
- **Pracuję w branży kreatywnej - czyli gdzie pracujemy, co robimy i ile możemy zarobić? (60 min.)** Omówienie poszczególnych stanowisk branżowych i wymagań rynkowych na danym stanowisku.
- **Umowa w branży kreatywnej (120 min.)**
- **Podział umów i ich specyfika - umowy o dzieło, zlecenie, B2B. Umowa między agencją reklamową, a klientem (zarys).**
  - Case Study - omówienie najważniejszych zapisów Umownych:**
    - zakaz konkurencji**
    - wynagrodzenie
    - prawa autorskie
    - licencje
    - portfolio
    - harmonogram prac
    - klauzula poufności
- **Spółeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) czym jest? miejsce jakie zajmuje CSR w kształtowaniu wizerunku marki? Case Study konkretnych strategii. (120 min.)**

---

**Zajęcia odbywają się 18:00 - 20:00  
w czwartki i piątki.  
Zajęcia online realizujemy poprzez MS Teams**

\*W razie twojej nieobecności na spotkaniu możesz odczytać nagranie z wykładu do 3 dni.



- 30 h wykładów/warsztatów
- 6 h spotkań z biznesem
- 4 h konsultacje dot. Pitchu oraz zaliczenie kursu.



**dr Borys Makary**

Udany koncept kreatywny jest podstawą sukcesu współczesnej reklamy czy jakiegokolwiek działania twórczego. Musi być on osadzony w realiach marki, ale na tyle oryginalny, aby wyróżnić się na tle konkurencji, posiadając właściwą „siłę przyciągania”. Koncepcja kreatywna jest podstawą, na której zostanie zbudowany projekt. Zajmiemy się projektowaniem produktu oraz własnego przedsięwzięcia twórczego. Będzie to przygotowanie do działań, które skutkują rozwojem nie tylko kompetencji koncepcyjnych, ale również osobowości twórcy.

---

**Zajęcia odbywają się 18:00 - 20:00  
w czwartki i piątki.  
Zajęcia online realizujemy poprzez MS Teams**

\*W razie twojej nieobecności na spotkaniu możesz odczytać nagranie z wykładu do 3 dni.



- 30 h wykładów/warsztatów
- 6 h spotkań z biznesem
- 4 h konsultacje dot. Pitchu oraz zaliczenie kursu.



**Katarzyna Borycka**

Celem wykładu jest omówienie sposobów współpracy ze studiem fotograficznym. Praktyczna wiedza będzie szczególnie przydatna do wykorzystania w stosunkach B2B. W związku z powyższym przybliżone zostaną podstawowe zasady i procedury stosowane przy wynajmie studia oraz procesie produkcyjnym.

- Studio fotograficzne:
  - różnice między studiem fotograficznym a zakładem fotograficznym
  - powody działalności studia fotograficznego: Dlaczego je wynajmować?
  - obsługa studia fotograficznego – niezbędne wyposażenie studio
  - cyklorama i greenscreen: Czym są i do czego służą?
- Wynajem studia fotograficznego krok po kroku:
  - komunikacja ze studiem
  - regulaminy i umowy
  - koszty
  - współpraca w sytuacjach nadzwyczajnych (np. pandemii)
- Jak przygotować się do sesji komercyjnej?
- Ekipa/piony na planie produkcyjnym:
  - kto jest kim?
  - rozwinięcie pracy jednego z pionów - scenografia
- Jak współpracować z ludźmi podczas sesji fotograficznej?
  - praca z fotografem
  - praca z ekipą
  - prawa i obowiązki najemcy studia
- Najczęściej popełniane błędy podczas pracy w studio: Jak ich uniknąć?

---

**Zajęcia odbywają się 18:00 - 20:00**

**w czwartki i piątki.**

**Zajęcia online realizujemy poprzez MS Teams**

\*W razie twojej nieobecności na spotkaniu możesz odczytać nagranie z wykładu do 3 dni.



- 30 h wykładów/warsztatów
- 6 h spotkań z biznesem
- 4 h konsultacje dot. Pitchu oraz zaliczenie kursu.



**Katarzyna Zielosko / Delante**

Co to jest SEO i jakie jest jego miejsce (i dlaczego jest tak ważne!) w marketingu internetowym? Poznasz podstawowe algorytmy wyszukiwarki i czynniki wpływające na widoczność strony i dowiesz się co zrobić, aby Google zauważył Twoją stronę. Plan szkolenia:

- Co to jest SEO?
- Co to są i jakie znamy algorytmy Google?
- Co zrobić, aby strona była widoczna w wyszukiwarce?
- Jakie są czynniki rankingowe w Google?
  - - czynniki on-site
  - - czynniki off-site
- Narzędzia przydatne w SEO.
- Jaki jest cel działań SEO dla biznesu? Na przykładzie case study.

---

**Zajęcia odbywają się 18:00 - 20:00  
w czwartki i piątki.  
Zajęcia online realizujemy poprzez MS Teams**

\*W razie twojej nieobecności na spotkaniu możesz odczytać nagranie z wykładu do 3 dni.



- 30 h wykładów/warsztatów
- 6 h spotkań z biznesem
- 4 h konsultacje dot. Pitchu oraz zaliczenie kursu.



**Adrian Andrzejczyk**

#### Jak zarabiać na reklamach?

Wykład poświęcony reklamom płatnym w Internecie. Uczestnicy po zakończeniu kursu zdobędą wiedzę na temat wykorzystania w swojej pracy narzędzi Google, Facebook, LinkedIn czy YouTube. Otrzymają również zestaw praktycznych narzędzi, które pomogą im na etapie planowania czy zarządzania kampanią.

- Czym są reklamy płatne?
  - Omówienie platform: Google, YouTube, FB/IG, LinkedIn, Programmatic.
- Dla kogo?
  - Dlaczego potrzebujesz wydawać na reklamę?
  - Scenariusze wykorzystania kampanii.
  - Kto nie potrzebuje reklamy płatnej?
- Jak to wygląda od środka? (czyli tajniki pracy marketera)
  - przygotowanie briefu
  - omówienie briefu
  - przygotowanie wyceny
  - realizacja kampanii
  - raportowanie

---

**Zajęcia odbywają się 18:00 - 20:00  
w czwartki i piątki.  
Zajęcia online realizujemy poprzez MS Teams**

\*W razie twojej nieobecności na spotkaniu możesz odczytać nagranie z wykładu do 3 dni.