

**Plan 2-semesteralnych studiów podyplomowych *Marketing miejsc i kreowanie lokalnych marek***

Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie, Wydział Humanistyczny

Edycja I, październik 2016 - czerwiec 2017



**Marketing miejsc  
i kreowanie  
marek lokalnych**  
STUDIA PODYPLOMOWE WH AGH

| Blok                           | Kurs  | Prowadzący                 | L. G.    | Formuła                 | ECTS     |
|--------------------------------|---|----------------------------|----------|-------------------------|----------|
| <b>Badania i strategia</b>     | Strategia marketingowa w marketingu miejsc  | Adam Mikołajczyk           | 6        | Konwersatorium          | 2        |
|                                | Marketing miejsc – wprowadzenie   | dr Jacek Pogorzelski       | 8        | Warsztat                | 2        |
|                                | Konsultacje społeczne w praktyce  | Ewelina Romuzga            | 6        | Konwersatorium/warsztat | 2        |
|                                | Precyzyjna segmentacja kryterium skutecznej strategii marketingowej w warunkach globalnej nadprodukcji - czyli KTO TO kupi. | Jacek Smit Kowalski        | 8        | Konwersatorium/warsztat | 2        |
|                                | Narzędzia internetowe przydatne w poznaniu grupy docelowej  | Marcin Pluskota            | 4        | Konwersatorium/warsztat | 1        |
|                                | Badania marketingowe w strategicznym budowaniu marki miejsca  | dr Jarosław Górski         | 6        | Konwersatorium/warsztat | 2        |
|                                | <b>WARSZTAT MODUŁOWY: Plan marketingowy rozwoju atrakcji regionalnych - na bazie gry strategicznej TOURIST ATTRACTIONS</b>  | <b>Michał Dziekoński</b>   | <b>8</b> | <b>Warsztat</b>         | <b>2</b> |
| <b>Tożsamość marki miejsca</b> | Tożsamość marki miejsca – wprowadzenie  | Magdalena Morawiec         | 4        | Konwersatorium          | 1        |
|                                | Storytelling w marketingu miejsc  | Adrian Gamoń               | 4        | Konwersatorium/warsztat | 1        |
|                                | Antropologia miejsca  | dr hab. Jacek Gądecki      | 6        | Wykład konwersatoryjny  | 2        |
|                                | Tworzenie identyfikacji wizualnej marki miejsca   | Marcin Wolny               | 4        | Konwersatorium          | 1        |
|                                | <b>WARSZTAT MODUŁOWY: Budowanie tożsamości marki miejsca</b>  | <b>Grzegorz Kosson</b>     | <b>4</b> | <b>Warsztat</b>         | <b>1</b> |
| <b>Projektowanie miejsc</b>    | Smart city i nowe technologie w marketingu miejsc   | dr hab. Jacek Gądecki      | 6        | Wykład konwersatoryjny  | 1        |
|                                | Rewitalizacja miejsc  | Wiktoria Czarnecka         | 6        | Konwersatorium/warsztat | 1        |
|                                | Placemaking   | Grzegorz Kosson            | 4        | Warsztat                | 1        |
|                                | Kreowanie efektu pochodzenia - budowa produktu lokalnego i turystycznego  | Piotr Lutek                | 8        | Konwersatorium/warsztat | 2        |
|                                | <b>WARSZTAT MODUŁOWY: design thinking - projektowanie marki miejsca</b>   | <b>dr Seweryn Rudnicki</b> | <b>8</b> | <b>Warsztat</b>         | <b>2</b> |

**Plan 2-semesteralnych studiów podyplomowych *Marketing miejsc i kreowanie lokalnych marek***

Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie, Wydział Humanistyczny

Edycja I, październik 2016 - czerwiec 2017



**Marketing miejsc  
i kreowanie  
marek lokalnych**  
STUDIA PODYPLOMOWE WH AGH

|                                  |  |                                     |          |                         |          |
|----------------------------------|--|-------------------------------------|----------|-------------------------|----------|
| <b>Zarządzanie marką miejsca</b> | Zarządzanie marką lokalną - metody i narzędzia pobudzania marek miejsc                     | Piotr Lutek                         | 8        | Konwersatorium/warsztat | 2        |
|                                  | Doktryna jakości - o skutecznym zarządzaniu  | prof. Andrzej Blikle                | 8        | Konwersatorium/warsztat | 2        |
|                                  | <b>WARSZTAT MODUŁOWY: Zarządzanie doświadczeniem klienta w marketingu miejsc</b>           | <b>dr Jacek Pogorzelski</b>         | <b>8</b> | <b>Warsztat</b>         | <b>2</b> |
| <b>Media i promocja</b>          | Marketing internetowy - reklama w sieci  | Jakub Oleksy                        | 6        | Konwersatorium          | 1        |
|                                  | Marketing internetowy - social media i content marketing                                   | Dagmara Pakulska                    | 8        | Konwersatorium/warsztat | 2        |
|                                  | Nowoczesne Media Relations   | Łukasz Majewski                     | 8        | Konwersatorium/warsztat | 2        |
|                                  | Wybrane media: radio, TV, outdoor  | Robert Stępowski                    | 4        | Konwersatorium/warsztat | 1        |
|                                  | Event marketing  | Robert Stępowski                    | 4        | Konwersatorium/warsztat | 1        |
|                                  | O odwadze w marketingu miejsc, czyli niestandardowe działania promocyjne.                  | Marcin Gajownik                     | 4        | Konwersatorium/warsztat | 1        |
|                                  | Promocja na rynkach zagranicznych  | Daria Głownia                       | 4        | Konwersatorium          | 1        |
|                                  | <b>WARSZTAT MODUŁOWY: Projektowanie strategii komunikacji</b>                              | <b>Adrian Gamoń</b>                 | <b>6</b> | <b>Warsztat</b>         | <b>2</b> |
| <b>Kursy uzupełniające</b>       | Sztuka występów publicznych i prezentacji  | Adrian Gamoń                        | 4        | Konwersatorium/warsztat | 1        |
|                                  | Po dwóch stronach biurka, czyli praktyczne aspekty realizacji działań w marketingu miejsc. | Marcin Gajownik                     | 2        | Wykład konwersatoryjny  | 1        |
|                                  | Wprowadzenie do programu studiów, ćwiczenia integracyjne i podsumowanie                    | dr hab. Jacek Gądecki, Adrian Gamoń | 4        | Konwersatorium/warsztat | 1        |
|                                  | Cross-marketing i dual branding w promocji miejsc  | Monika Pojda-Dziekońska             | 4        | Konwersatorium/warsztat | 1        |
|                                  |  | Liczba godzin:                      | 180      | ECTS:                   | 48       |