



Marketing miejsc i kreowanie marek lokalnych

STUDIA PODYPLOMOWE WH AGH

Opis studiów 2017/2018 rok

Wydział Humanistyczny
Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie



Czas trwania:

182 godzin, 2 semestry (od III 2017 r. do I 2018 r.)

Maksymalna liczba miejsc: 30

Opłaty:

Całość studiów: 4 900 zł (płatność możliwa w dwóch ratach, po 2450 zł)

Termin zgłoszeń: do 28.02.2017 r. lub do wyczerpania limitu miejsc

Adres www kierunku:

www.marketingmiejsc.pledu.pl

Strona na Facebooku kierunku:

www.facebook.com/studiamarketingmiejsc

Wzrost konkurencyjności miejsc stawia przed społecznościami wiele **wyzwań** gospodarczych, kulturowych i społecznych. Dostrzegamy coraz ostrzejszą konkurencję o zasoby: o **tworzenie miejsc** przyjaznych dla inwestycji zagranicznych biznesu, dla turystów, a także dla samych mieszkańców. By sprostać wymogom konkurencji i przyciągnąć pożądane grupy docelowe konieczne jest sięgnięcie do najnowszych praktyk z zakresu **marketingu miejsca**.

Celem studiów podyplomowych **Marketing miejsc i kreowanie lokalnych marek** jest zaprezentowanie **nowego podejścia do marketingu miejsc** i poszukiwania unikatowych wymiarów tego rodzaju praktyk. Czerpiąc z doświadczeń w marketingu organizacji non-profit,

marketingu społecznego i marketingu terytorialnego oraz w oparciu o nowe możliwości promocyjne oferowane przez nowe technologie i media cyfrowe, stworzyliśmy **interdyscyplinarny program studiów**. Nasz program nastawiony jest na praktykę i konkretne zagadnienia. Współpracują z nami **czołowi specjaliści i dydaktycy** w kraju, którzy pokażą Ci, jak - dzięki konkretnym kanałom komunikacji - zarządzać marką miejsca i sprawić, by wszyscy odbiorcy o niej wiedzieli.

Misją studiów jest wykształcenie specjalistów **zarządzania markami miejsc i lokalnymi produktami** oraz ekspertów w zakresie budowy wizerunku miejsc oraz silnych produktów lokalnych i regionalnych.

W ramach studiów podyplomowych koncentrujemy się na działaniach związanych z:

- kreowaniem marki miejsca i produktu, wskazując m.in., na co-branding produktu i miejsca,
- zarządzaniem marką miejsca - skupiamy się na procesach tworzenia rozpoznawalnej tożsamości miejsca i późniejszego wykorzystania tej tożsamości do innych procesów: finansowych, społecznych (zmiany w zachowaniu użytkowników i mieszkańców) oraz generowania kapitału społeczno – politycznego.

Proponujemy całościowe podejście do budowy marki miejsca. Szczególny nacisk położony zostanie na przekazanie konkretnej, aktualnej wiedzy, pozwalającej rozwinąć kluczowe umiejętności u osoby odpowiedzialnej za marketing w administracji publicznej, agencji kreatywnej, czy zakorzenionym lokalnie biznesie. Mamy świadomość, że stworzenie kompleksowej „opowieści” o miejscu wymaga dokładnej analizy, którego bazą jest łączenie gamy produktów i elementów z różnych dziedzin, począwszy od wykreowania lokalnego produktu, a kończąc na jego promocji.

Program studiów (180 godzin):

Moduł 1: Badania i strategia

- *Strategia marketingowa w marketingu miejsc* - Adam Mikołajczyk
- *Marketing miejsc – wprowadzenie* - dr Jacek Pogorzelski
- *Konsultacje społeczne w praktyce* - Ewelina Romuzga
- *Precyzyjna segmentacja kryterium skutecznej strategii marketingowej w warunkach globalnej nadprodukcji - czyli KTO TO kupi.*
- Jacek Smit Kowalski
- *Narzędzia internetowe przydatne w poznaniu mieszkańców*
- Marcin Pluskota
- *Badania marketingowe w strategicznym budowaniu marki miejsca*
- dr Jarosław Górski
- *WARSZTAT MODUŁOWY**: Plan marketingowy rozwoju atrakcji regionalnych - na bazie gry strategicznej TOURIST ATTRACTIONS* - Michał Dziekoński

Moduł 2: Tożsamość marki miejsca

- *Tożsamość marki miejsca – wprowadzenie* - Magdalena Morawiec
- *Storytelling w marketingu miejsc* - Adrian Gamoń
- *Antropologia miejsca* - dr hab. Jacek Gądecki
- *Tworzenie identyfikacji wizualnej marki miejsca* - Marcin Wolny
- *WARSZTAT MODUŁOWY: Budowanie tożsamości marki miejsca*
- Grzegorz Kosson

Moduł 3: Projektowanie miejsc

- *Od miasta kreatywnego do miasta szczęśliwego* - dr hab. Jacek Gądecki
- *Rewitalizacja miejsc* - Wiktoria Czarnecka
- *Placemaking* - Grzegorz Kosson
- *Kreowanie efektu pochodzenia - budowa produktu lokalnego i turystycznego* - Piotr Lutek
- *WARSZTAT MODUŁOWY: design thinking - projektowanie marki miejsca*
- dr Seweryn Rudnicki

Moduł 4: Zarządzanie marką miejsca

- *Zarządzanie marką lokalną - metody i narzędzia pobudzania marek miejsc*
- Piotr Lutek
- *Doktryna jakości - o skutecznym zarządzaniu* - prof. Andrzej Blikle
- *WARSZTAT MODUŁOWY: Zarządzanie doświadczeniem klienta w marketingu miejsc* - dr Jacek Pogorzelski

Moduł 5: Media i promocja

- *Marketing internetowy - reklama w sieci* - Jakub Oleksy
- *Marketing internetowy - social media i content marketing* - Dagmara Pakulska
- *Nowoczesne Media Relations* - Łukasz Majewski
- *Wybrane media: radio, TV, outdoor* - Robert Stępowski
- *Event marketing* - Robert Stępowski
- *O odwadze w marketingu miejsc, czyli niestandardowe działania promocyjne* - Marcin Gajownik
- *Promocja na rynkach zagranicznych* - Daria Głownia
- *WARSZTAT MODUŁOWY: Strategia komunikacji marki* - Adrian Gamoń

Moduł 6: Kursy uzupełniające

- *Sztuka występów publicznych i prezentacji* - Adrian Gamoń
- *Wprowadzenie do programu studiów, ćwiczenia integracyjne i podsumowanie* - dr hab. Jacek Gądecki, Adrian Gamoń
- *Po dwóch stronach biurka, czyli praktyczne aspekty realizacji działań w marketingu miejsc* - Marcin Gajownik
- *Cross-marketing i dual branding w promocji miejsc* - Monika Dziekońska

*** Każdy z modułów kończy się dodatkowym 4-8 godzinnym warsztatem podsumowującym doświadczenia, wiedzę i umiejętności pozyskane w ramach kursów modułowych. 4 warsztaty modułowe pozwolą na opracowanie w grupach całościowych strategii budowy marki miejsc i produktów oraz na zaliczenie całości studiów.*

Sylwetka absolwenta:

Studenci, którzy ukończą pełny cykl nauki, zdobędą interdyscyplinarną, praktyczną i aktualną wiedzę z zakresu nowoczesnych narzędzi, trendów, badań i praktyk dotyczących marketingu miejsc, ze szczególnym naciskiem na współpracę między administracją, nauką i lokalnym biznesem.

Absolwent otrzyma solidną wiedzę, która pozwoli mu sprawnie poruszać się w obszarze marketingu miejsc – niezależnie od tego, czy podejmie pracę/pracuje w administracji, nauce czy biznesie.

Studia skierowane są do:

- Pracowników administracji publicznej,
- Przedstawicieli samorządów lokalnych i organizacji samorządowych,
- Przedstawicieli lokalnego biznesu: producentów, dystrybutorów, właścicieli firm,
- Reprezentantów organizacji turystycznych,
- Pracowników organizacji pozarządowych,
- Pracowników działów marketingu, agencji kreatywnych.

Absolwenci uzyskają świadectwo ukończenia studiów w Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie.

Studia zostały przygotowane we współpracy merytorycznej z agencją marketingową [Social Frame](#).

Zapisy:

Termin zgłoszeń trwa do 28.02.2017 r. lub do wyczerpania limitu miejsc

Wymagane dokumenty:

- podanie o przyjęcie na studia*
- Kwestionariusz Kandydata*

**Dokumenty są do pobrania na stronie www.marketingmiejsc.edu.pl*

Po złożeniu powyższych dokumentów dokonywana jest rezerwacja miejsca na studiach. O ostatecznym zapisie decyduje kolejność wpłat (dane do przelewu przekazywane są osobom które złożyły wymagane dokumenty rejestracyjne).

WAŻNE: Po zgłoszeniu się na studia, wszyscy uczestnicy otrzymają, drogą mailową, dokładne dane do przelewu.

Przyjęcia zgłoszeń:

- Poczta tradycyjną lub osobiście na adres:
Katarzyna Chromik-Myśliwiec Wydział Humanistyczny AGH
(z dopiskiem „Marketing Miejsc”, pok. 113),
Gramatyka 8a,
30-071 Kraków
- W wersji elektronicznej na adres: chromik@agh.edu.pl (Katarzyna Chromik-Myśliwiec)

Osoba przyjmująca zgłoszenia:

Katarzyna Chromik-Myśliwiec
tel. 12 617 42 50, chromik@agh.edu.pl

Opłaty:

4 900 zł (płatność możliwa w dwóch ratach, po 2450 zł)

Po przesłaniu wiadomości mailowej uczestnicy otrzymają potwierdzenie.

Informacje dodatkowe:

Zajęcia odbywają się w soboty i niedziele – średnio 8 godzin dydaktycznych każdego dnia (po 45 minut) średnio raz na trzy tygodnie. Dyplom studiów podyplomowych Marketing miejsc i kreowanie lokalnych marek jest akceptowany i respektowany na świecie w ramach międzynarodowego systemu transferu punktów ECTS.

Zasady ukończenia studiów:

Warunkiem ukończenia studiów podyplomowych jest zaliczenie wszystkich kursów w czasie trwania studiów oraz regularna obecność na zajęciach. Absolwenci uzyskują świadectwo poświadczające ukończenie studiów w Akademii Górniczo Hut-

Masz pytania? Skontaktuj się:

Informacji w sprawie rejestracji udziela:

mgr Katarzyna Chromik-Myśliwiec
tel. 12 617 42 50, chromik@agh.edu.pl

Kierownik studiów:

dr hab. Jacek Gądecki, jgadecki@agh.edu.pl

Informacji w sprawie programu studiów udziela opiekun merytoryczny:

Adrian Gamoń, tel. 511 153 666, adrian.gamon@socialframe.pl

Współpraca merytoryczna:



Patronat honorowy:



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Patroni medialni:

MARKETER+

marketing w praktyce
MIESIĘCZNIK



NowyMarketing



marketingmiejsca.com.pl

BRIEF

interaktywnie.com

WSPOLNOTA

