



Marketing miejsc i kreowanie marek lokalnych

STUDIA PODYPLOMOWE WH AGH

Kadra 2017/2018 rok

Wydział Humanistyczny
Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie



**ADAM
MIKOŁAJCZYK**

Absolwent Uniwersytetu Łódzkiego na kierunku Gospodarka Przestrzenna – Zarządzanie Miastem i Regionem, student The Chartered Institute of Marketing (Londyn/Warszawa). Jako konsultant w Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki w początkach lat 2000 był współtwórcą pierwszych strategii marketingu turystycznego dla miast i regionów w Polsce (m.in. dla Województwa Pomorskiego, Miasta Łeby, regionu Suwalszczyzny, uzdrowiska Supraśl). Obecnie Prezes Zarządu Fundacji Best Place – Europejskiego Instytutu Marketingu Miejsc – niezależnej organizacji eksperckiej (think-and-do tank), która ma na celu profesjonalizację i popularyzację dziedziny marketingu miejsc w Europie Środkowo-Wschodniej. Od kilku lat Fundacja jest kluczo-

wym partnerem doradczym w projektach strategicznych dot. brandingu oraz rozwoju miast i regionów w Polsce (m.in. miasta stołecznego Warszawy, miasta Gdańska, Województwa Małopolskiego, Województwa Śląskiego). Trener i konsultant w kilkudziesięciu projektach szkoleniowo-edukacyjnych w obszarze promocji turystycznej oraz inwestycyjno-gospodarczej jednostek samorządu terytorialnego. Zaangażowany przez British Council do międzynarodowego grona ekspertów 'City Idea Bakers'. Initiating founding member of the International Place Branding Association. Dwukrotny laureat wyróżnienia w konkursie im. Mieczysława Orłowicza na najlepsze materiały prasowe i telewizyjne promujące polską turystykę.

Właściciel i dyrektor zarządzający firmy doradztwa marketingowego Prime Code. Konsultant w zakresie strategii marketingowej, zarządzania marką, komunikacji marketingowej i zarządzania doświadczeniem klienta. Ekspert ministerstw oraz samorządów w zakresie polityki promocji, w tym ekspert Ministerstwa Rozwoju Regionalnego w zakresie promocji funduszy europejskich. Doświadczony brand i marketing manager. Wieloletni pracownik agencji reklamowej i międzynarodowych korporacji. Doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu. Wykładowca programów WEMBA Szkoły Głównej Handlowej oraz MBA The Carlson School of Management Uniwersytetu Minnesoty, a także certyfikowanych programów marketingowych The Chartered Institute of Marketing w Londynie. Trener szkoleń z zakresu zarządzania i marketingu. Autor książek *Praktyczny marketing miast i regionów*, *Kod skuteczności*, *Mity marketingowe*, *(R)ewolucja marki*, *Pozycjonowanie produktu* oraz wielu artykułów na temat pozycjonowania, strategii marek oraz innych zagadnień marketingu strategicznego. Współautor książki *Wskaźniki marketingowe*.



**JACEK
POGORZELSKI**



**EWELINA
ROMUZGA**

Specjalistka ds. zarządzania w sektorze publicznym - Uniwersytet Jagielloński, socjolog - Akademia Górniczo-Hutnicza, specjalistka ds. badań i analiz. Zajmuje się metodologią badań społecznych i opracowywaniem analiz społeczno-ekonomicznych. Doświadczona koderka ofert pracy w projekcie „Podlaska Mapa Zawodów i Kwalifikacji”, asystentka projektów: „Kompendium metod i narzędzi efektywnego doradztwa i edukacji dla osób w wieku 50+”, „Systemowe rozwiązania zwiększające udział w szkoleniach osób o niskim poziomie wykształcenia”.

Senior-konsultant, specjalizujący się w zagadnieniach przemysłu czasu wolnego. Pierwszy dyrektor Biura Promocji Urzędu Miasta Krakowa. Ex brand manager w programie Menedżerowie Marek Turystyki Polskiej wdrażanym w okresie poprzedzającym akcesję Polski do UE. W programie odpowiedzialny za kreację i rozwój konkurencyjnego sektora turystyki city & culture. Ex ekspert polskiego oddziału United Nations Development Programme. Absolwent AWF w Krakowie - specjalizacja Obsługa i Organizacja Ruchu Turystycznego. Przez 25 lat zarządzał firmą doradczą Smit i Smit Consulting. Wykonawca wielu strategii: produktowych, marki – marketingowych oraz wizerunkowych. Z zamiłowaniem antropolog kultury, badacz motywacji podróżowania, fascynat Orientu i powrotów do źródeł.



**JACEK
SMIT KOWALSKI**



**MARCIN
PLUSKOTA**

Absolwent kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna na Uniwersytecie Wrocławskim. Od czterech lat związany z branżą reklamową i promocyjną. Marketingiem miejsc zajmuje się od dwóch lat. Współtwórca i koordynator działań komunikacyjnych marki Małopolska w mediach społecznościowych. Współtwórca koncepcji komunikacji w Internecie marki Wielkopolska. Realizator turystycznej kampanii promocyjnej dla Małopolskiej Organizacji Turystycznej.

Adiunkt w Katedrze Bankowości, Finansów i Rachunkowości Wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego, członek zarządu Fundacji Best Place - Europejski Instytut Marketingu Miejsc, doradca prezesa zarządu Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego. Specjalizuje się w tematyce konkurencyjności miejsc, w szczególności w programowaniu strategii marketingowych dla jednostek samorządu terytorialnego. Autor szeregu strategii opracowanych dla przedsiębiorstw oraz jednostek samorządu terytorialnego, m.in. dla firm: Wojskowe Zakłady Lotnicze nr 2 SA, Intelimind, Greenbox.pl, artKuchnia oraz dla samorządów województw kujawsko-pomorskiego, warmińsko-mazurskiego, małopolskiego i łódzkiego, miast Warszawa, Kraków, Gołdap, Płońsk, Gniewino i in. Uczestnik wielu przedsięwzięć badawczych, projektowych, szkoleniowych oraz doradczych związanych z zarządzaniem i marketingiem w jednostkach prywatnych i publicznych (m.in. GryfTechnologie SA, Ekopal SA, liczne jednostki samorządu terytorialnego). Posiada wieloletnie doświadczenie w projektowaniu i ewaluacji marketingowych programów badawczych.



**JAROSŁAW
GÓRSKI**



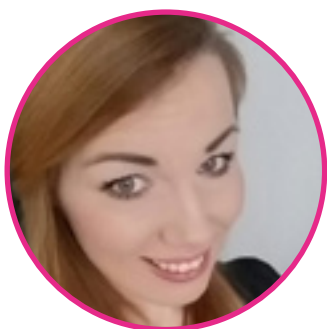
**MICHAŁ
DZIEKOŃSKI**

Ekspert w zakresie strategii marketingowych i controllingu marketingowego. Obecnie pracuje w firmie Energoserwis SA (Grupa Siemens), gdzie kieruje działem marketingu. Odpowiada za marketing strategiczny i marketing międzynarodowy spółki. Wcześniej pracował m.in. w firmie Hospitality Marketing Concepts Polska. Pełnił funkcję asystenta w Katedrze Badań Rynkowych i Marketingowych AE Katowice.

Absolwentka europeistyki ze specjalizacją społeczno-kulturową na Uniwersytecie Jagiellońskim. Podczas studiów magisterskich zajmowała się zagadnieniem strategii promocji miast i regionów. Z mediami społecznościowymi związana zawodowo od 2011 roku. Doświadczenie w zakresie promocji regionów zdobyła w trakcie pracy w agencji Social Frame, tworząc pierwszy aktywny w mediach społecznościowych fanpage marki regionalnej – Małopolska.



**MAGDALENA
MORAWIEC**



**DAGMARA
PAKULSKA**

Online Strategist, MJCC, Marketer, szkoleniowiec i HR-owiec z kilkuletnim doświadczeniem. Zajmuje się tworzeniem strategii dla marek, jak również prowadzeniem ich komunikacji w mediach społecznościowych. Jest autorką wielu prezentacji i artykułów na rozmaitych blogach i portalach tematycznych. Jej misją jest nawracanie na Twittera polskich marek, które wciąż nie dostrzegają ogromnego potencjału drzemiącego w tym medium społecznościowym. Od 2015 roku wykładowca na studiach podyplomowych AGH i WSE. Ogromna fanka szczurów i...kocurów.



**ADRIAN
GAMOŃ**

Socjolog, współzałożyciel agencji Social Frame. Pasjonat nowych mediów, content designu i opowiadania historii – wszystkiego, co związane jest ze współczesnym komunikowaniem się. Wierzy, że dobra komunikacja może zmienić świat. Twórca i opiekun merytoryczny studiów podyplomowych Social Media & Content Marketing oraz Marketing miejsc i kreowanie marek lokalnych na Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie. Od ponad 3 lat współtworzy komunikację marki Małopolska w internecie.

Socjolog i antropolog społeczno-kultury, zajmuje się socjologią i antropologią miasta i architektury oraz życia codziennego. Jego projekty badawcze dotyczą relacji między architekturą i tożsamością, a także przemian miejskich związanych ze stylem życia, badań m.in. procesy grodzenia osiedli, gentryfikacji, a obecnie zajmuje się przestrzeniami innowacji oraz zamieszkiwaniem.



**JACEK
GADECKI**



**MARCIN
WOLNY**

Projektant grafiki użytkowej z 15-letnią praktyką, absolwent Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie. Współzałożyciel, partner zarządzający i dyrektor kreatywny Studia Otwartego, specjalizującego się w branding, identyfikacji wizualnej, strategii wizerunkowej i grafice użytkowej. Jako autor, współautor lub prowadzący projekt brał udział w opracowaniu i wdrożeniu identyfikacji wizualnej ponad 100 marek firm, instytucji i wydarzeń. Wśród nich – RMF, Radio Kraków, Instytut Książki, Festiwalu Kultury Żydowskiej, Narodowy Stary Teatr w Krakowie, Narodowego Archiwum Cyfrowe.



**GRZEGORZ
KOSSON**

Doświadczony strateg posiadający w swoim portfolio nagradzane marki miejsc, regionów i państw.

Doktorantka pedagogiki (twórczość organizacyjna) i absolwentka pedagogiki w zakresie profilaktyki i animacji społeczno-kulturowej na Wydziale Nauk o Wychowaniu Uniwersytetu Łódzkiego oraz studiów podyplomowych Public Relations na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. W ramach pracy zawodowej od 4 lat związana z działaniami na rzecz rozwoju aktywności społecznej, CSR, budowania tożsamości marki. Pracowała w jednej z świetlic środowiskowych w Łodzi oraz przeprowadziła kampanię edukacyjno – charytatywną na rzecz dzieci niepełnosprawnych w Domach Małego Dziecka w Łodzi. Zajmowała się promocją marki Województwa Łódzkiego oraz marek komercyjnych (Bakalland, Geberit).

Jako wykładowca akademicki kształci studentów z umiejętności wykorzystywania dramy w wychowaniu. Obecnie pracuje nad autorskim projektem dla klubu piłkarskiego oraz koncepcją działań na rzecz rewitalizacji społecznej w Łodzi. Jest współtwórcą interdyscyplinarnych studiów podyplomowych „Synergia procesów rewitalizacji” na Uniwersytecie Łódzkim. Prywatnie pasjonuje się historią, malarstwem oraz jazdą konną. Zainteresowana rozwojem społeczeństwa obywatelskiego w Polsce, kampaniami społecznymi oraz przestrzenią kreatywną w organizacjach.



**WIKTORIA
CZARNECKA**



**PIOTR
LUTEK**

Absolwent Szkoły Głównej Handlowej na kierunku Zarządzanie i Marketing. Ukończył także studia podyplomowe Diploma in Professional Marketing na Chartered Institute of Marketing. Przez blisko 10 lat związany z międzynarodowymi i krajowymi firmami z różnych kategorii jako menadżer marketingu, dyrektor sprzedaży i doradca. Równocześnie wykładowca i trener w zakresie zarządzania marką, doktorant w zakresie marketingu terytorialnego. Jako kluczowe umiejętności wskazuje strategiczne zarządzanie marką z wykorzystaniem obszaru badań marketingowych. Od 2007 roku założyciel i Prezes Zarządu Synergia Sp. z o.o., kancelarii doradczej specjalizującej się w pobudzaniu marek miejsc, produktów i usług. Prowadził kilkanaście projektów marko-

wych dla miast i regionów z terenu całej Polski. Zainteresowania zawodowe to nowe techniki badawcze związane z pozycjonowaniem marek i poszukiwaniem insightów. Skuteczność wdrożonej marki terytorialnej postrzega przez pryzmat nie tylko jej wizerunku, ale także wpływu na wszystkie procesy zachodzące wewnątrz. Członek Polskiego Stowarzyszenia Public Relations oraz Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii.

Socjolog i psycholog, adiunkt na Akademii Górniczo-Hutniczej, wykładał także na UJ, WSE i zagranicą. Współtwórca Between the Signs – gdzie realizował badania semiotyczne i analizy kontekstu kulturowego dla dużych klientów biznesowych. Od 12 lat w badaniach - najpierw opinii i rynku, obecnie także badaniami związanymi z product development i UX. Realizował projekty badawcze m.in. dla takich klientów jak PZU, Tesco, VML, S4, Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju, Krakowski Park Technologiczny. Autor kilkudziesięciu publikacji naukowych i branżowych. Naukowo bada metodyki pracy nad innowacyjnymi produktami i zastosowania wiedzy naukowej w praktyce.



**SEWERYN
RUDNICKI**



**ANDRZEJ
BLIKLE**

Matematyk-informatyk, przedsiębiorca i menedżer. Pracownik Instytutu Podstaw Informatyki PAN, członek Europejskiej Akademii Nauk (Akademia Europaea). Wykładał w Warszawie, Berkeley (USA), Waterloo (Kanada), Linköping (Szwecja), Lyngby (Dania) i Kopenhadze. Członek założyciel, były prezes, a dziś członek honorowy Polskiego Towarzystwa Informatycznego. Były prezes Polskiej Federacji Producentów Żywności. W latach 1990-2010 prezes zarządu A.Blikle Sp. z o.o., dziś członek rady nadzorczej. Członek zarządu stowarzyszenia Inicjatywa Firm Rodzinnych, honorowy prezes Centrum im. Adama Smitha i członek blisko 30 dalszych organizacji.

Absolwentka studiów podyplomowych: Content Marketing & Social Media (Wydział Humanistyczny AGH), Zarządzanie Kulturą (Uniwersytet Jagielloński), Pedagogika Stosowana (Uniwersytet Ekonomiczny Katowice) oraz programu: Advanced Certificate in Marketing (Chartered Institute of Marketing). Ukończyła studia magisterskie na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego (Politologii i dziennikarstwo). Wykładowca, posiada kilkunastoletnie doświadczenie w pracy w mediach, agencjach reklamowych oraz działach marketingu i PR. Od kilku lat związana z sektorem non-profit (koordynacja projektów z ramienia stowarzyszeń, firm oraz instytucji kultury). Obecnie pełni funkcję zastępcy Dyrektora jednej z instytucji kultury na Górnym Śląsku (składającą się z sieci pięciu oddziałów). Zarządza bezpośrednio działem marketingu i odpowiada za rozwój, projekty oraz program merytoryczny działań kulturalnych i edukacyjnych instytucji. Koordynator współpracy ze Szlakiem Zabytków Techniki oraz czterech edycji Święta Szlaku Zabytków Techniki – Industriada z ramienia obiektu Park Tradycji. Aktywnie działa w stowarzyszeniach działających na rzecz promocji i rozwoju regionu i społeczności lokalnej.



**MONIKA
DZIEKOŃSKA**

Zarządza bezpośrednio działem marketingu i odpowiada za rozwój, projekty oraz program merytoryczny działań kulturalnych i edukacyjnych instytucji. Koordynator współpracy ze Szlakiem Zabytków Techniki oraz czterech edycji Święta Szlaku Zabytków Techniki – Industriada z ramienia obiektu Park Tradycji. Aktywnie działa w stowarzyszeniach działających na rzecz promocji i rozwoju regionu i społeczności lokalnej.



**JAKUB
OLEKSY**

Jakub pracuje jako Managing Director w polskim oddziale agencji Grand Parade, specjalizującej się w usługach online-marketingowych dla branży bettingowej na całym świecie. W Grand Parade jest odpowiedzialny za 160 osobowy zespół; zarządza oddziałem w Polsce, z siedzibą w Krakowie. Przed dołączeniem do Grand Parade wprowadził i rozwijał w Polsce oddział australijskiej agencji typu Trading Desk - sparcmedia.com; pierwszej, operującej w Europie, niezależnej agencji technologicznej, operującej w obszarze programmatic buying. Jakub jest specjalistą w zakresie reklamy internetowej, z rozległym doświadczeniem w obszarze ad servingu i programmatic buyingu. W przeszłości był odpowiedzialny za rozwój biznesowy firm Gadu-Gadu

(Naspers Group), Smart Ad Server (Axel Springer Group), czy iBillboard (Stroer Group) na rynku europejskim. Ukończył filologię bułgarską na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie oraz studia z zakresu reklamy na Polish Open University.

PR & Marketing Manager w VML Poland. Trener biznesu i konsultant z zakresu komunikacji. Wykładowca akademicki i opiekun studiów podyplomowych na kierunku „Nowy PR” w Wyższej Szkole Europejskiej im. ks. Józefa Tischnera w Krakowie. Z branżą PR związany od 2003 roku. Pomyślny i współorganizator spotkań dla praktyków PR – Komu Komunikacja. Wierzy, że w public relations najważniejsze są relacje, a podejście H2H powinno być wpisane we wszelkie działania komunikacyjne.



**ŁUKASZ
MAJEWSKI**



**ROBERT
STĘPOWSKI**

Niezależny ekspert i konsultant w dziedzinie marketingu miejsc. Założyciel platformy www.MarketingMiejsca.com.pl (2008r.). Od ponad 15 lat swoje serce, duszę i czas oddaje pisaniu – jako dziennikarz, autor książek, bloger, bloger i propagator wiedzy marketingowej. Liczne artykuły i komentarze autora publikowane były m.in. w: „Rzeczpospolitej”, „Dzienniku Gazecie Prawnej”, portalach: Onet Biznes, Wirtualnemedi.pl, PRoto.pl oraz magazynach: „BRIEF”, „Rynek Turystyczny”, Pismo Samorządu Terytorialnego WSPÓLNOTA. Współpracował z radiową Jedynką oraz kierował działem on-line Radia Dla Ciebie i tygodnikiem „Nasze Miasto”. Jest autorem książek: „Inny świat, czyli subiektywny przewodnik po marketingu miejsc” (2012), „Wszystko co chciał-

byś wiedzieć o marketingu terytorialnym. Z praktyki polskich samorządów” (2014 i 2015), „Promocja marki. Poradnik dobrych praktyk” (2014), „Marketing terytorialny. Jak zbudować i wypromować markę miejscowości?” (2015) i „Jak osiągnąć sukces” (2015) oraz współautorem publikacji „Marketingowe Vademecum Wiedzy Lidera Samorządowego”, cz. 1 i 2. Od 2010 roku prowadzi wydawnictwo ROSTER (print i online) oraz agencję doradczą. Autor bloga www.TrescJestNajwazniejsza.pl

Absolwentka Socjologii: Multimediów i Komunikacji Społecznej (Akademia Górniczo-Hutnicza im. S. Staszica w Krakowie), Marketingu Międzynarodowego (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie) oraz Master of Science E-Commerce na DCU w Dublinie. Stypendystka na Shibaura Institute of Technology w Tokio oraz Uniwersytetu Rzymskiego La Sapienza. Jest managerem Zespołu Promocji w Małopolskiej Organizacji Turystycznej, gdzie odpowiada m.in. za targi turystyczne w kraju i na świecie, komunikację z mediami, PR, social media, organizację eventów oraz tworzenie wszelkich misji specjalnych i niestandardowych działań promocyjnych. Specjalizuje się w komunikacji marketingowej, event marketingu, niestandardowych formach promocji, organizacji eventów i PR. Łącząc siły różnych podmiotów lokalnych, samorządowych czy państwowych, a także biznesu, organizacji pożytku publicznego i stowarzyszeń, wraz z zespołem Małopolskiej Organizacji Turystycznej zrealizowała liczne projekty na arenie międzynarodowej.



**DARIA
GŁOWNIA**



**MARCIN
GAJOWNIK**

Magister nauk ekonomicznych ze specjalnością marketingową, Absolwent Akademii Ekonomicznej w Krakowie (obecnie: Uniwersytet Ekonomiczny). Ekspert z kilkunastoletnim doświadczeniem zawodowym w dziedzinie komunikacji marketingowej, marketingu terytorialnego (marketingu miejsc) oraz zarządzania miastem. Przez ponad 5 lat pracownik samorządowy w Urzędzie Miasta Krakowa, Wydział Strategii i Rozwoju. Zajmował się wówczas – pełniąc kierownicze stanowiska – zagadnieniami obsługi inwestora, promocji gospodarczej (proinwestycyjnej), gromadzeniem i analizą zasobów informacyjnych na potrzeby zarządzania miastem. Był członkiem zespołu autorskiego opracowującego Strategię Promocji Krakowa 2004-2006, brał udział

w pracach nad Strategią Rozwoju Krakowa. Obecnie współwłaściciel, Wiceprezes Zarządu i Dyrektor Komunikacji Marketingowej Agencji Promocji Miast i Regionów. W ramach Agencji specjalizuje się w planowaniu strategicznym oraz komunikacji marketingowej. Autor opracowań o charakterze strategicznym, w tym dla Małopolski, Giżycka, Jury Krakowsko-Częstochowskiej (Szlaku Orlich Gniazd), Wielkopolski, dla produktów turystycznych (np. dla miasta Tarnowa, podmiotów komercyjnych sektora turystycznego). Współautor (wraz z zespołem Agencji) szeregu koncepcji kreatywnych działań promocyjnych m.in. dla Pomorskiego, Warmińsko-Mazurskiego, Zachodniopomorskiego, Małopolski, Krakowa, Słowacji, Sardynii. Zrealizowane przez Agencję projekty były niejednokrotnie nagradzane, m.in. na Festiwalu Promocji Miast i Regionów czy Polskim Festiwalu Reklamy (brązowa statuetka KTR 2010). Autor opinii eksperckich na temat promocji i marketingu terytorialnego publikowanych m.in. w: branżowych magazynach Brief, Press, Wiadomości Turystyczne, Wspólnota; w portalu specjalistycznym Wirtualne Media; w dziennikach: Gazeta Wyborcza/Gazeta.pl, Polska The Times Gazeta Krakowska, Dziennik Polski. Współautor pracy zbiorowej „Marketingowe vademecum wiedzy lidera samorządowego cz.2” (red. Robert Stępowski).

Współpraca merytoryczna:



Patronat honorowy:



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Patroni medialni:

MARKETER+

marketing w praktyce
MIESIĘCZNIK

 **sprawny**
.marketing

NowyMarketing


MARKETING
przy kawie

Link to
Poland 

marketing  **miejsca**.com.pl

BRIEF

interaktywnie  **.com**

WSPOLNOTA

 **URBNEWS**