

Marketing kultury

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Marketing i sprzedaż

Cechy: Od marca • Polski

To kierunek dla osób, które :

- pracują w instytucjach kultury, NGO i chcą lepiej promować swoją działalność,
- są specjalistami marketingu, współpracują z branżą kulturalną i artystyczną,
- chcą wejść do świata kultury przez pryzmat marketingu i promocji,
- chcą rozwijać się w marketingu online i offline,
- szukają nowoczesnego i praktycznego podejścia do promocji kultury.



4

dotatkowe, bezpłatne szkolenia potwierdzone
certyfikatem ukończenia

87%

uczestników poleca studia podyplomowe

Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.

1

partner kierunku

89%

pracodawców ocenia bardzo dobrze lub dobrze
współpracę z naszymi uniwersytetami

Źródło: "Badanie opinii pracodawców, 2024".

Dostęp online

Wysoka jakość kształcenia. Wszystkie materiały
dydaktyczne będą dostępne dla Ciebie online.

Networking i rozwój kompetencji

Studia rozwijają kompetencje niezależnie od
doświadczenia. Dzięki interaktywnym zajęciom i
wymianie doświadczeń z innymi zyskasz wiedzę,
umiejętności i cenne kontakty.

Praktyczny charakter studiów:

- brak tradycyjnych wykładów – całość odbywa się w formie warsztatowej,
- prace projektowe wyłącznie zespołowe.

Program studiów

9

Liczba miesięcy nauki

146

Liczba godzin zajęć

14

Liczba zjazdów

2

Liczba semestrów

Organizacja i planowanie eventów (15 godz.)

- Organizacja i planowanie eventów

Marketing offline (20 godz.)

- Marketing offline

Marketing online (40 godz.)

- Media społecznościowe
- Reklamy w Internecie
- Newslettery

Public Relations (20 godz.)

- Public Relations



- Współpraca z wolontariuszami

Rozwój publiczności (15 godz.)

- Rozwój publiczności

Content marketing (20 godz.)

- Content marketing

Prawne aspekty marketingu (5 godz.)

- Prawo dla marketerów

Zarządzanie projektami (10 godz.)

- Zarządzanie projektami

FORMA ZALICZENIA

- Test na zakończenie studiów, obejmujący treści ze wszystkich bloków.

Partner kierunku



Warunki przyjęcia na studia

- Musisz mieć **ukończone studia licencjackie, inżynierskie lub magisterskie**.
- Musisz **złożyć komplet dokumentów** i spełnić **wymogi rekrutacyjne**.
- Pamiętaj, że o przyjęciu na studia podyplomowe na naszym uniwersytecie **decyduje kolejność zgłoszeń, złożenia kompletu dokumentów i spełnienia** wymogów rekrutacyjnych.

[Dowiedz się więcej](#)

Możliwości dofinansowania

- Pierwsi zyskują najwięcej! **Im szybciej się zapiszesz, z tym większej zniżki skorzystasz.**
- Oferujemy również specjalne, większe **zniżki dla naszych absolwentów**.
- Możesz skorzystać z **dofinansowania** z Bazy Usług Rozwojowych.
- Pracodawca może dofinansować Ci studia, otrzymując dodatkową zniżkę w ramach **Programu Firma**.
- Warto sprawdzić możliwości **dofinansowania z KFS**.

[Dowiedz się więcej](#)



Czego się nauczysz?

- Zdobędziesz wiedzę z **marketingu online i offline**, dostosowaną do sektora kultury i sztuki.
- Nauczysz się tworzyć **strategie promocji**, budżety wydarzeń i skuteczne kampanie.
- Dowiesz się, jak **reagować na kryzysy** i współpracować z mediami i wolontariuszami.
- Zrozumiesz, jak **projektować eventy** i tworzyć treści atrakcyjne dla różnych odbiorców.
- Poznasz narzędzia do **tworzenia person i map podróży klienta** oraz analizy efektów działań.
- Zyskasz wiedzę o **przepisach prawa w marketingu**.

Ceny

Dla Kandydatów

1 rok	
2 raty	2750 zł (2 x 2750 zł)
10 rat	575 zł (10 x 575 zł)

Cena jednorazowa: **5300 zł**

Dla naszych absolwentów

1 rok	
2 raty	2750 zł (2 x 2750 zł)
10 rat	575 zł (10 x 575 zł)

Cena jednorazowa: **5300 zł**

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.

Wykładowcy

Artur Sawicki

- Artur Sawicki interesuje się cyfryzacją NGO, komunikacją społeczną, mediami społecznościowymi oraz wykorzystaniem nowoczesnych technologii w zwiększaniu efektywności działań społecznych.
- Artur Sawicki jest specjalistą ds. marketingu cyfrowego, współpracującym z NGO i sektorem prywatnym oraz realizującym projekty edukacyjne, doradcze i wdrożeniowe w obszarze komunikacji online.
- Realizował projekty z zakresu marketingu cyfrowego oraz prowadził liczne konsultacje dla



organizacji pozarządowych i firm, wspierając rozwój ich komunikacji i obecności online.

- Posiada doświadczenie w marketingu cyfrowym, analizie danych, tworzeniu strategii komunikacji, prowadzeniu szkoleń oraz wdrażaniu narzędzi online wspierających rozwój organizacji.

Wypowiedzi osób

Marketing Kultury to przestrzeń, w której spotykają się ludzie zakochani w kulturze i otwarci na nowe sposoby jej opowiadania świata. Uczestnicy wychodzą stąd z narzędziami i kompetencjami, które od razu wykorzystują w pracy. Sama z przyjemnością skończyłabym ten kierunek na początku swojej drogi – głównie dzięki kadrze, która na co dzień zajmuje się marketingiem i dzieli się tym, co naprawdę działa tu i teraz.

kierowniczka i wykładowczyni kierunku Marketing kultury

Warto wybrać ten kierunek, ponieważ w szerszym kontekście pozwala spojrzeć na rynek sztuki. Produkt kultury można rozpatrywać jako pełnowartościowy "towar" posiadający swoje komponenty sprzedażowe. Studia z tego zakresu są odpowiednim uzupełnieniem wykształcenia dla absolwentów nauk w zakresie humanistycznym i ekonomicznym. Kadra wykładowców to praktycy kultury, co stanowi dodatkowy atut, ponieważ uczestnik będzie na bieżąco z najnowszymi zagadnieniami dominującymi w branży kultury i sztuki.

Aleksandra Książek Wrocławski Teatr Współczesny, wykładowca na studiach podyplomowych Marketing Kultury

Ten kierunek to był strzał w dziesiątkę! Studia otworzyły mi głowę na wiele spraw. W pamięci zapadną mi na pewno pierwsze zajęcia z Marketingu Offline, na których wykładowca z pasją i pełnym zaangażowaniem pokazał nam, jak istotna jest jakość w kampaniach reklamowych, z użyciem różnych nośników. Zajęcia ze "Współpracy z mediami" pozwoliły na zrozumienie, na czym ta współpraca polega. Niezwykle inspirujące były dla mnie ćwiczenia z "Projektowania eventu" i "Promocji eventu". Polecam każdemu.

Alicja Jelonek uczestniczka studiów podyplomowych Marketing kultury