

## HARMONOGRAM DM49/DDM7

MODUŁ	TERMIN	TEMAT ZAJĘĆ	FORMA ZAJĘĆ
<b>ZAJĘCIA WSPÓLNE ŚCIEŻKA STRATEGICZNA I DIGITALOWA</b>			
MARKETING AND DIGITAL STRATEGY	22/23 października 2021	Marketing Role & Philosophy Strategic Analysis	stacjonarnie
	29/30 października 2021	Strategic Analysis Market Strategy	stacjonarnie
	19/20 listopada 2021	Marketing Strategy Value Proposition & Business Model	stacjonarnie
	10/11 grudnia 2021	Digital Marketing Strategy	stacjonarnie
	14/15 stycznia 2022	Digital Marketing Strategy	online
DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE	28/29 stycznia 2022	Digital Customer Behavior	online
	18/19 lutego 2022	Digital Customer Experience	stacjonarnie
	4/5 marca 2022	User Experience Content & Community Management	online
<b>ŚCIEŻKA STRATEGICZNA</b>			
MANAGING BRANDS	8/9 kwietnia 2022	Brand Strategy Brand Management	online
	13/14 maja 2022	Brand Management Brand Metrics	online
INNOVATION IN MARKETING	10/11 czerwca 2022	Culture of Innovation Intrapreneurship & Innovation Methods	stacjonarnie
	24/25 czerwca 2022	Lean Start-Up Design Thinking	stacjonarnie
RESOURCE MANAGEMENT	2/3 września 2022	Marketing Research Leadership & People Management	stacjonarnie
	16/17 września 2022	Marketing Research Project Management	stacjonarnie
<b>ŚCIEŻKA DIGITALOWA</b>			
DIGITAL OPTIMISATION	18/19 marca 2022	Digital Effectiveness Digital Research & Metrics	stacjonarnie
	22/23 kwietnia 2022	Digital Channels Optimisation	online
	27/28 maja 2022	Digital Transformation Digital Future	stacjonarnie

### WARSZTATY STRATEGICZNE – listopad 2022

Forma spotkań (online/stacjonarnie) może ulec zmianie.