

## HARMONOGRAM DM50/DDM8

MODUŁ	TERMIN	TEMAT ZAJĘĆ	FORMA ZAJĘĆ
<b>ZAJĘCIA WSPÓLNE ŚCIEŻKA STRATEGICZNA I DIGITALOWA</b>			
<b>MARKETING AND DIGITAL STRATEGY</b>	25/26 marca 2022	Marketing Role & Philosophy Strategic Analysis	stacjonarnie
	1/2 kwietnia 2022	Strategic Analysis Market Strategy	stacjonarnie
	22/23 kwietnia 2022	Marketing Strategy Value Proposition & Business Model	stacjonarnie
	20/21 maja 2022	Digital Marketing Strategy	online
	14/11 czerwca 2022	Digital Marketing Strategy	stacjonarnie
<b>DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE</b>	9/10 września 2022	Digital Customer Behavior	online
	23/24 września 2022	Digital Customer Experience	stacjonarnie
	7/8 października 2022	User Experience Content & Community Management	stacjonarnie
<b>ŚCIEŻKA STRATEGICZNA</b>			
<b>RESOURCE MANAGEMENT</b>	28/29 października 2022	Marketing Research Leadership & People Management	stacjonarnie
	25/26 listopada 2022	Marketing Research Project Management	stacjonarnie
<b>INNOVATION IN MARKETING</b>	27/28 stycznia 2023	Culture of Innovation Intrapreneurship & Innovation Methods	stacjonarnie
	10/11 lutego 2023	Lean Start-Up Design Thinking	stacjonarnie
<b>MANAGING BRANDS</b>	3/4 marca 2023	Brand Strategy Brand Management	online
	17/18 marca 2023	Brand Management Brand Metrics	stacjonarnie
<b>ŚCIEŻKA DIGITALOWA</b>			
<b>DIGITAL OPTIMISATION</b>	21/22 października 2022	Digital Effectiveness Digital Research & Metrics	stacjonarnie
	18/19 listopada 2022	Digital Channels Optimisation	online
	9/10 grudnia 2022	Digital Transformation Digital Future	online
<b>WARSZTATY STRATEGICZNE – listopad 2023</b>			

Forma spotkań (online/stacjonarnie) może ulec zmianie.