



## Digital Marketing Manager - studia podyplomowe

Numer usługi 2024/03/30/12874/2109924

6 960,00 PLN brutto

6 960,00 PLN netto

46,40 PLN brutto/h

46,40 PLN netto/h

Zachodniopomorsk  
a Szkoła Biznesu -  
Akademia Nauk  
Stosowanych



📍 Szczecin / mieszana (stacjonarna połączona z usługą  
zdalną w czasie rzeczywistym)

📖 Studia podyplomowe

🕒 150 h

📅 18.10.2024 do 12.07.2025

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Sposób dofinansowania

wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

### Grupa docelowa usługi

Studia podyplomowe na kierunku Digital marketing manager są szczególnie atrakcyjne dla osób zainteresowanych nowoczesnymi technologiami, komunikacją internetową oraz promocją online.

Adresatami studiów podyplomowych na kierunku Digital marketing manager mogą być:

- Absolwenci kierunków związanych z marketingiem, zarządzaniem, komunikacją społeczną lub informatyką, którzy chcą specjalizować się w obszarze marketingu internetowego i mediów społecznościowych.
- Pracownicy działów marketingu i reklamy, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę o narzędzia i strategię wykorzystywane w internecie oraz na platformach społecznościowych.
- Osoby prowadzące własną działalność gospodarczą, które chcą skuteczniej promować swoje produkty lub usługi w internecie.
- Specjaliści ds. komunikacji online, copywriterzy, graficy oraz inni profesjonaliści związani z branżą internetową, którzy chcą poszerzyć swoje kompetencje o obszar e-marketingu i social media

### Minimalna liczba uczestników

6

### Maksymalna liczba uczestników

25

### Data zakończenia rekrutacji

17-10-2024

### Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi	150
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 742, z późn. zm.)
Zakres uprawnień	studia podyplomowe

## Cel

### Cel edukacyjny

Celem studiów na kierunku "Digital Marketing Manager" jest przygotowanie uczestników do profesjonalnej pracy w obszarze marketingu cyfrowego, e-commerce i mediów społecznościowych. Poprzez zdobycie aktualnej wiedzy, praktycznych umiejętności oraz rozwinięcie kompetencji społecznych, studenci będą w stanie efektywnie planować, wdrażać i monitorować strategie marketingowe online. Głównym celem jest wyposażenie absolwentów w narzędzia i techniki niezbędne do skutecznej promocji marek i produktów.

### Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zrozumienie podstawowych koncepcji i terminologii związanych z digital marketingiem, e-commerce oraz social media.	Zgodnie z regulaminem studiów	Prezentacja
Świadomość najnowszych trendów i narzędzi wykorzystywanych w dziedzinie digital marketingu i mediów społecznościowych.	Zgodnie z regulaminem studiów	Prezentacja
Rozumienie procesów analizy danych cyfrowych oraz interpretacja wyników dla celów marketingowych.	Zgodnie z regulaminem studiów	Prezentacja
Umiejętność planowania, projektowania i realizacji kompleksowych strategii digital marketingowych, uwzględniających różnorodne kanały komunikacji online.	Zgodnie z regulaminem studiów	Prezentacja
Zdolność do efektywnego wykorzystania narzędzi analitycznych i technik SEO w celu optymalizacji widoczności marki w internecie.	Zgodnie z regulaminem studiów	Prezentacja
Umiejętność tworzenia atrakcyjnych treści i kampanii reklamowych na platformach społecznościowych oraz zarządzania nimi w sposób skuteczny i efektywny.	Zgodnie z regulaminem studiów	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Umiejętność pracy w zespole oraz współpraca z różnymi działami organizacji w celu skutecznego wdrażania strategii digital marketingowych.	Zgodnie z regulaminem studiów	Prezentacja
Kompetencje w zakresie komunikacji i budowania relacji z klientami poprzez interakcje w mediach społecznościowych oraz odpowiednie reagowanie na ich potrzeby i opinie.	Zgodnie z regulaminem studiów	Prezentacja

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

**Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?**

Nie zawiera opisu uzyskanych kompetencji. Zawiera wykaz przedmiotów, punkty ECTS oraz liczbę godzin - zgodnie z ustawowym wzorem świadectwa studiów podyplomowych. Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 12 września 2018 r.

**Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?**

Wydanie dokumentu potwierdza zaliczenie wszystkich modułów oraz egzaminu dyplomowego przed komisją egzaminacyjną.

**Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

Nie, dokument jest zgodny z wzorem wymienionym w: Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 12 września 2018 r. w sprawie dokumentów wydawanych w związku z przebiegiem lub ukończeniem studiów podyplomowych i kształcenia specjalistycznego.

# Program

### BLOK WPROWADZAJĄCY 15 godz.

Wprowadzenie do e-marketingu - wprowadzeniem do kanałów komunikacji e-marketingowej, wskazującym na różnorodność platform (np. TikTok, LinkedIn), kanałów, synergii - osadzeniu na lejku oraz ich znaczenie dla różnych grup docelowych,

Digital Marketing Strategy - Omówienie, jakie cele biznesowe mogą realizować firmy w e-marketingu, z zaznaczeniem, że obecność na każdej platformie powinna być strategiczną decyzją, zależną od celu, budżetu, grupy odbiorców oraz bolączek i korzyści klientów, value proposition,

archetypu marki, stylu komunikacji i jak te elementy przykładać na działania organiczne, podejmowanie decyzji, który kanał wybrać, a który nie.

#### **BLOK I. STRATEGIA OBECNOŚCI MARKI W INTERNECIE 10 godz.**

Planowanie i realizacja strategii e-marketingowej -

Segmentacja i docieranie do grup docelowych

#### **BLOK II. CONTENT DESIGN 35 godz.**

Psychologia w komunikacji marketingowej

Storytelling i content marketing

Kreatywność w content marketingu

Warsztaty z content marketingu - Praktyczne zajęcia z tworzenia i dystrybucji treści w różnych kanałach

Jak czerpać informacje z narzędzi biznesowych jak: business model canvas, empathy model canvas, value proposition model canvas,

lejek sprzedażowy, itd. - do tworzenia contentu

Jak używać narzędzi typu: answer the public, similar web - do tworzenia narzędzi biznesowych

#### **BLOK III. WYBRANE NARZĘDZIA MARKETINGU INTERNETOWEGO - 40 godz.**

SEO i optymalizacja treści - blogi, ahrefs, linkowanie, tworzenie treści oraz jak seo pomaga robić social media

Google Ads - od teorii do praktyki - budowanie skutecznych kampanii w oparciu o lejek sprzedażowy - jak lejek i karty person przekładają się na google ads czy meta ads, tik tok ads.

Kampanie reklamowe w social media - ogólna strategia synergii kanał.

Analiza danych i mierzenie skuteczności kampanii - KPI, jak je czytać, co z nich wyciągać, jak poprawiać wyniki. Wprowadzenie do analityki internetowej i narzędzi typu Google Analytics

#### **BLOK IV. WIZERUNEK MARKI W INTERNECIE - 15 godz.**

PR online i zarządzanie wizerunkiem

Komunikacja kryzysowa w internecie

Copywriting i content marketing

#### **BLOK V. WSPÓŁPRACA Z INFLUENCERAMI - 10 godz.**

Wprowadzenie do marketingu influencerów - Omówienie strategii i najlepszych praktyk, jak zbriefować, jak mierzyć, jak sprawdzać, który influencer będzie najlepszy dla Twojej marki, mikro czy makro influencer?

Praktyczne aspekty współpracy z influencerami - jak lokować kampanie z influencerem w całej strategii marki

#### **BLOK VI. BUDOWA STRON INTERNETOWYCH I UX/UI - 20 godz.**

Projektowanie i rozwój stron internetowych - Wprowadzenie do podstawowych technologii i zasad projektowania użytkowego

UX/UI i optymalizacja stron pod kątem użytkownika - Narzędzia typu HotJA

**Łączna liczba godzin: 145 godz.**

Uczelnia zastrzega prawo do możliwości wprowadzenia do 15% zmian w programie kierunku.

W razie braku możliwości organizowania zajęć stacjonarnych z powodów niezależnych od Szkoły, wszystkie kierunki studiów podyplomowych w Zachodniopomorskiej Szkole Biznesu mogą być realizowane w całości w formie online.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 26

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>1 z 26</b> Wprowadzenie do e-marketingu (wliczone 15 min przerwy)	18-10-2024	16:30	20:30	04:00	Tak
<b>2 z 26</b> Digital Marketing Startegy (wliczone 30 min przerwy)	19-10-2024	09:00	17:00	08:00	Tak
<b>3 z 26</b> Strategia marki w Internecie (wliczone 30 min przerwy)	16-11-2024	09:00	17:00	08:00	Tak
<b>4 z 26</b> Content design (wliczone 15 min przerwy)	29-11-2024	16:30	20:30	04:00	Tak
<b>5 z 26</b> Content design (wliczone 15 min przerwy)	30-11-2024	09:00	13:00	04:00	Tak
<b>6 z 26</b> Content design (wliczone 30 min przerwy)	14-12-2024	09:00	17:00	08:00	Nie
<b>7 z 26</b> Content design (wliczone 15 min przerwy)	10-01-2025	16:30	20:30	04:00	Tak
<b>8 z 26</b> Content design (wliczone 15 min przerwy)	11-01-2025	09:00	13:00	04:00	Tak
<b>9 z 26</b> Współpraca z influencerami (wliczone 15 min przerwy)	24-01-2025	16:30	20:30	04:00	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>10 z 26</b> Współpraca z influencerami (wliczone 15 min przerwy)	25-01-2025	09:00	13:00	04:00	Tak
<b>11 z 26</b> Wybrane narzędzia marketingu internetowego (wliczone 15 min przerwy)	07-02-2025	16:30	20:30	04:00	Nie
<b>12 z 26</b> Wybrane narzędzia marketingu internetowego (wliczone 15 min przerwy)	08-02-2025	09:00	13:00	04:00	Nie
<b>13 z 26</b> Wybrane narzędzia marketingu internetowego (wliczone 15 min przerwy)	21-02-2025	16:30	20:30	04:00	Tak
<b>14 z 26</b> Wybrane narzędzia marketingu internetowego (wliczone 15 min przerwy)	22-02-2025	09:00	13:00	04:00	Tak
<b>15 z 26</b> Wybrane narzędzia marketingu internetowego (wliczone 15 min przerwy)	07-03-2025	16:30	20:30	04:00	Tak
<b>16 z 26</b> Wybrane narzędzia marketingu internetowego (wliczone 15 min przerwy)	08-03-2025	09:00	13:00	04:00	Tak
<b>17 z 26</b> Wizerunek marki w Internecie (wliczone 15 min przerwy)	21-03-2025	16:30	20:30	04:00	Nie

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>18 z 26</b> Wizerunek marki w Internecie (wliczone 30 min przerwy)	22-03-2025	09:00	17:00	08:00	Nie
<b>19 z 26</b> Wybrane narzędzia marketingu internetowego (wliczone 15 min przerwy)	04-04-2025	16:30	20:30	04:00	Tak
<b>20 z 26</b> Wybrane narzędzia marketingu internetowego (wliczone 15 min przerwy)	05-04-2025	09:00	13:00	04:00	Tak
<b>21 z 26</b> Budowa stron internetowych i ux/ui (wliczone 15 min przerwy)	25-04-2025	16:30	20:30	04:00	Tak
<b>22 z 26</b> Budowa stron internetowych i ux/ui (wliczone 15 min przerwy)	26-04-2025	09:00	13:00	04:00	Tak
<b>23 z 26</b> Budowa stron internetowych i ux/ui (wliczone 15 min przerwy)	09-05-2025	16:30	20:30	04:00	Tak
<b>24 z 26</b> Budowa stron internetowych i ux/ui (wliczone 15 min przerwy)	10-05-2025	09:00	13:00	04:00	Tak
<b>25 z 26</b> Content design (wliczone 15 min przerwy)	24-05-2025	09:00	13:00	04:00	Nie
<b>26 z 26</b> Egzamin dyplomowy (z walidatorem)	12-07-2025	09:00	13:00	04:00	Tak

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	6 960,00 PLN
Koszt usługi netto	6 960,00 PLN
Koszt godziny brutto	46,40 PLN
Koszt godziny netto	46,40 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 5



1 z 5

### Maciej Grad

Head of eCommerce & Marketing Wojan Group,  
Interim Head of Marketing Stoprocent & Evenema,

Ex: Brand Manager CPK w Akademii Sztuki, Brand Manager Semcore,  
Online Marketing Manager w Unity Line i WiniWizja

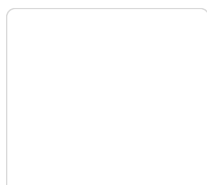
Konsultant Marketingu I Biznesu | Wykładowca | Menadżer Roku kategoria Wsparcie innowacyjności i start-upów.

| Nagrody: Invest Cuff, semKRRK, Performance Marketing Diamonds

Rozumiem biznes z helicopter view dzięki studiom MBA i doświadczeniu z pracą z liderami branży e-commerce. Najważniejsze przestrzenie mojej codziennej pracy to: komunikacja, strategię biznesu i marketingu, digital marketing, model 5-awareness, social commerce i influencing.

Od ponad 14 lat łączę swoje doświadczenia z branży IT i artystycznej z wiedzą o ekonomii i zarządzaniu. Współpracowałem dotychczas między innymi z: Unity Line, Stoprocent, Semcore, Hotel Radisson, AXN, Akademią Pana Kleksa, Vito Team, Akademią Sztuki, Odra & Peene Queen, Mania Studio, Czesławem Mozilem, Winim, czy aktorem Mirosławem Kropielnickim.

Doświadczenie zawodowe od 2010 r. do chwili obecnej (w tym także zdobywane w ostatnich 5 latach).



2 z 5

### Celina Skrobisz



strateg marketingowy i dyrektor strategiczny w agencji marketingowej Evenema, posiadająca ponad kilkunastoletnie doświadczenie w branży. Jest specjalistką w budowaniu strategii komunikacyjnych dla firm oraz instytucji, z sukcesem realizując projekty dla sektorów takich jak retail, FMCG, technologia, logistyka, finanse, instytucje kultury i administracja samorządowa.

Jednym z jej kluczowych obszarów kompetencji jest zarządzanie zespołami oraz ich budowanie. Celina Skrobisz potrafi nie tylko rozwijać skuteczne zespoły, ale także prowadzić je przez złożone projekty marketingowe, zapewniając synergiczną współpracę i doskonałe rezultaty. Ponadto, w ramach swojej działalności wdraża nowoczesne strategie komunikacyjne, które łączą tradycyjne formy marketingu z nowoczesnymi technologiami.

Przed rozpoczęciem kariery w marketingu, przez kilka lat zdobywała doświadczenie w szczecińskich rozgłoszeniach radiowych, co wzbogaciło jej umiejętności w zakresie medialnej komunikacji i pracy w dynamicznym środowisku. Celina Skrobisz została wielokrotnie nagrodzona, w tym tytułem "Menedżer Roku" oraz wyróżnieniem "Kobieta w Koronie" od Fundacji Class Ladies, za osiągnięcia w zarządzaniu oraz wsparcie rozwoju kobiet w biznesie. Pasjonatka sztuki, jogi. Kilku letnie doświadczenie zawodowe w obszarze prowadzonych zajęć do chwili obecnej (w tym także zdobywane w ostatnich 5 latach)



3 z 5

### Adam Romanowski

Przedsiębiorca, który od lat swoje doświadczenie w branży e-commerce łączy z influence marketingiem. Pomysłodawca i twórca magazynu VAIB – czasopisma o hip-hopie wydawanego w latach 2013-2016. Od 2017 roku współtworzy markę Vito Team, w której odpowiedzialny jest za budowanie brandu i wielowymiarową monetyzację popularności twórców. Później Head of Label w Life Tube. Kilkunastoletnie doświadczenie zawodowe do chwili obecnej (w tym także zdobywane w ostatnich 5 latach).



4 z 5

### mgr Mariusz Kowalczyk

Współwłaściciel We Commerce ( od 2016 roku); prowadzę szeroko rozumiane usługi z zakresu e-commerce, specjalizuje się głównie w narzędziach marketingu internetowego, wdrażaniu analityki internetowej, analizowaniu danych e-commerce oraz płatnych kampaniach w systemie Google Ads. Od 2017 r prowadzi zajęcia na studiach (specjalność Marketing i nowe media) w Zachodniopomorskiej Szkole Biznesu i szkolenia dla przedsiębiorców z zakresu Google Ads oraz analityki internetowej. Od 2020 roku dla Polskiej Fundacji Przedsiębiorczości prowadzę szkolenia z zakresu analityki internetowej, Google Ads oraz blogowania. Doświadczenie zawodowe w obszarze prowadzonych zajęć - od 2017 r. do chwili obecnej (w tym także zdobywane w ostatnich 5 latach)



5 z 5

### Kamil Kuklewski

Posiada doświadczenie w Interfejsie Użytkownika, Doświadczeniu Użytkownika i Rozwoju Frontend. Tworzy strony internetowe skoncentrowane na użytkowniku, które są zarówno wizualnie, jak i funkcjonalnie doskonałe, z interakcjami wykorzystującymi na przykład bibliotekę JavaScript GSAP. Jako twórca filmów i montażysta wideo zdobył solidne podstawy w rozwoju UI. Kilku letnie doświadczenie zawodowe do chwili obecnej (w tym ostatnie 5 lat).

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Studia w Zachodniopomorskiej Szkole Biznesu niosą za sobą wiele korzyści dla słuchaczy.

- Bezpłatny dostęp do bibliotek cyfrowych ibuk Libra oraz Biblio Ebookpoint (dawniej NASBI).
- Stały dostęp do materiałów szkoleniowych na platformie e-learningowej Uczelni oraz platformie z kursami otwartymi Navoica.pl.
- Możliwość nawiązania wartościowych kontaktów ze specjalistami dzięki uczestnictwu w licznych spotkaniach branżowych.
- Bezpłatny dostęp do pełnego pakietu Microsoft Office 365 (dostęp do skrzynki pocztowej o pojemności 100 GB, najnowsze wersje programów z pakietu MS Office: Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Teams, Forms itp., możliwość instalacji na 5 komputerach PC lub Mac, 5 tabletach lub smartfonach, edycję i współdzielenie dokumentów dzięki aplikacjom Office Online oraz Microsoft SharePoint, przechowywanie i udostępnianie plików dzięki nieograniczonej przestrzeni dyskowej usługi OneDrive).
- Wygodny plan zajęć, który pozwala na swobodne łączenie nauki z życiem prywatnym i zawodowym.

## Warunki uczestnictwa

### Warunki przyjęcia na studia podyplomowe

Potrzebne dokumenty:

- pobrany ze strony formularz zgłoszeniowy na studia podyplomowe
- umowa edukacyjna na studia podyplomowe
- odpis dyplomu potwierdzającego ukończenia studiów wyższych
- 1 fotografie
- potwierdzenie uiszczenia opłaty wpisowej (jeżeli opłata wpisowa ma zastosowanie)

W razie braku możliwości organizowania zajęć stacjonarnych z powodów niezależnych od Szkoły, wszystkie kierunki studiów podyplomowych w Zachodniopomorskiej Szkole Biznesu mogą być realizowane w całości w formie online.

## Informacje dodatkowe

Program studiów zawiera godziny szkoleniowe (45min).

Studia kończą się obroną pracy dyplomowej.

Tryb studiów: niestacjonarne

Zajęcia odbywają się w określone harmonogramem piątki oraz soboty.

W ramach programu walidacja będąca podstawą wystawienia dyplomu ukończenia studiów przeprowadzana jest na zakończenie programu i składa się z elementów: weryfikacji efektów uczenia osiągniętych w trakcie poszczególnych modułów, oceny pracy dyplomowej zgodnie z kryteriami określonymi dla programu oraz egzaminu dyplomowego przed Komisją Dyplomową.

## Warunki techniczne

Program studiów zawiera godziny szkoleniowe (45min).

Harmonogram studiów przygotowany jest zgodnie ze standardami akademickimi (przerwy pomiędzy godzinami lekcyjnymi odbywają się co 2 godziny lekcyjne) tj.:

1. zajęcia w piątek odbywają się w godzinach 16:30 - 20.30 co oznacza 5 godzin lekcyjnych wraz z 15 minutową przerwą.
2. zajęcia w sobotę odbywają się w godzinach 9:00 - 13:00 co oznacza 5 godzin lekcyjnych wraz z 15 minutową przerwą oraz sporadycznie 13:15-17:15 co oznacza kolejne 5 godzin lekcyjnych wraz z 15 minutową przerwą. (co 2 godziny lekcyjne).

W razie braku możliwości organizowania zajęć stacjonarnych z powodów niezależnych od Szkoły, wszystkie kierunki studiów podyplomowych w Zachodniopomorskiej Szkole Biznesu mogą być realizowane w całości w formie online (w przypadku lockdownu).

Warunki ukończenia studiów:

Aby ukończyć studia podyplomowe Słuchacze powinni:

- być obecni na minimum 80% zajęć,
- uzyskać pozytywny z prezentacji projektu dyplomowego

Tryb studiów: niestacjonarne

Wybrane zajęcia realizowane w trybie online (do 40% liczby godzin) będą realizowane za pośrednictwem MS Teams. Słuchacz dostaje dostęp do platformy wraz z uzyskaniem statusu słuchacza i otrzymaniem adresu mailowego uczelnianego.

## Adres

ul. Żołnierska 53  
71-210 Szczecin  
woj. zachodniopomorskie

Bezpłatny parking

Dojazd liniami tramwajowymi 4, 5 i 7 oraz liniami autobusowymi 60, 74, 75 i 105

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

## Kontakt



**Katarzyna Jakuszevska**

**E-mail** [podyplomowe@zpsb.pl](mailto:podyplomowe@zpsb.pl)

**Telefon** (+48) 91 8149 481