



Zachodniopomorsk
a Szkoła Biznesu -
Akademia Nauk
Stosowanych



Digital Marketing Manager - studia podyplomowe

Numer usługi 2024/03/30/12874/2109924

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

📄 Studia podyplomowe

🕒 145 h

📅 18.10.2024 do 12.07.2025

6 960,00 PLN brutto

6 960,00 PLN netto

48,00 PLN brutto/h

48,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<p>Studia podyplomowe na kierunku Digital marketing manager są szczególnie atrakcyjne dla osób zainteresowanych nowoczesnymi technologiami, komunikacją internetową oraz promocją online.</p> <p>Adresatami studiów podyplomowych na kierunku Digital marketing manager mogą być:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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	145
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 sprzedażowe, 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.

Harmonogram zajęć zostanie opublikowany w październiku.

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: 0

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	6 960,00 PLN
Koszt usługi netto	6 960,00 PLN
Koszt godziny brutto	48,00 PLN
Koszt godziny netto	48,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Maciej Grad

Maciej rozumie biznes z helicopter view dzięki studiom MBA na ZPSB i doświadczeniu z pracą z liderami branży e-commerce. Najważniejsze przestrzenie jego codziennej pracy to: komunikacja, strategie biznesu i marketingu, digital marketing, model 5-awareness, social commerce i influencing. Od ponad 13 lat łączy swoje doświadczenia z branży IT i artystycznej z wiedzą o ekonomii i zarządzaniu. Współpracował dotychczas między innymi z: Unity Line, Stoprocent, Semcore, Hotel Radisson, Odra & Peene Queen, Mania Studio, Czesławem Mozilem, Winim, Mirosławem Kropielnickim, a także restauracjami i klinikami medycznymi.

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

Więcej informacji o studiach podyplomowych na stronie www.zpsb.pl/studia-podyplomowe

Chcesz z nami porozmawiać o studiach, dopytać się o szczegóły skontaktuj się z nami:

Centrum Studiów Podyplomowych i Szkoleń

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu

ul. Żołnierska 53

71-210 Szczecin

e-mail: podyplomowe@zpsb.pl

tel. (91) 814 94 81, 814 94 86

Warunki techniczne

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
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami

Kontakt



Katarzyna Jakuszewska

E-mail podyplomowe@zpsb.pl

Telefon (+48) 91 8149 481