



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

🕒 150 h

📅 18.10.2024 do 12.07.2025

6 960,00 PLN brutto

6 960,00 PLN netto

46,40 PLN brutto/h

46,40 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<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"><li>Absolwenci kierunków związanych z marketingiem, zarządzaniem, komunikacją społeczną lub informatyką, którzy chcą specjalizować się w obszarze marketingu internetowego i mediów społecznościowych.</li><li>Pracownicy działów marketingu i reklamy, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę o narzędzia i strategię wykorzystywane w internecie oraz na platformach społecznościowych.</li><li>Osoby prowadzące własną działalność gospodarczą, które chcą skuteczniej promować swoje produkty lub usługi w internecie.</li><li>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</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	6
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	25
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	17-10-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	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, lejki 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 przekądzają 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

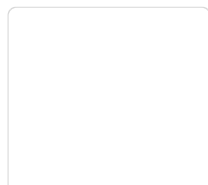
Konsultant Marketingu i Biznesu | Wykładowca | Menadżer Roku kategoria Wsparcie innowacyjności i start-upów.

| 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 Jakuszewska**

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

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