

SGH

Szkoła Główna
Handlowa w
Warszawie



STUDIA PODYPLOMOWE Komunikacja Marketingowa w Internecie Nr edycji VI

Numer usługi 2024/04/08/15499/2116235

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Studia podyplomowe

🕒 160 h

📅 19.10.2024 do 30.09.2025

8 800,00 PLN brutto

8 800,00 PLN netto

55,00 PLN brutto/h

55,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Internet
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Adresatami studiów są osoby posiadające wyższe wykształcenie, które: <ul style="list-style-type: none">• chciałby samodzielnie realizować kampanie promocyjne w Internecie na rzecz MSP, start-upów itp.• nadzorować komunikację marketingową w Internecie dużych marek i firm.
Minimalna liczba uczestników	20
Maksymalna liczba uczestników	34
Data zakończenia rekrutacji	15-10-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	160
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 jest przekazanie wiedzy i wykształcenie umiejętności niezbędnych do samodzielnego prowadzenia zyskowych działań promocyjnych z wykorzystaniem wszystkich dostępnych narzędzi w Internecie.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none">•Rozumie wpływ uwarunkowań ekonomicznych, technologicznych, społecznych i prawnych na komunikację marketingową•Zna wskaźniki mediowe, sposoby zakupu oraz modele rozliczeń kampanii•Zna zasady tworzenia przekazu promocyjnego w Internecie•Zna zasady projektowania serwisów WWW zorientowanych na użytkownika•Wie, jak można wykorzystać wyszukiwarki, media społecznościowe, reklamę graficzną, technologię mobilną oraz inne narzędzia w komunikacji marketingowej.	<ul style="list-style-type: none">• przygotowanie obowiązkowych indywidualnych prac zaliczeniowych wybranych zajęć (marketing w mediach społecznościowych lub kampania w Google Ads)	Prezentacja
<p>Umiejętności:</p> <ul style="list-style-type: none">•Potrafi zaplanować kampanię promocyjną w mediach cyfrowych•Potrafi zrealizować spójną strategię promocyjną wykorzystującą narzędzia właściwe dla danej marki	<ul style="list-style-type: none">• zaliczenie I semestru: grupowe (w zespołach kilkuosobowych) rozwiązywanie studium przypadku – przygotowanie szczegółowej strategii komunikacyjnej dla zadanego produktu wraz z prezentacją strategii na forum całej grupy	Test teoretyczny
<p>Kompetencje społeczne:</p> <ul style="list-style-type: none">•Posiada umiejętność pracy w grupie•Posiada zdolność radzenia sobie w trudnych sytuacjach	<ul style="list-style-type: none">• przygotowanie pracy dyplomowej – analiza sytuacji rynkowej wybranego podmiotu wraz z projektem kampanii promocyjnej• egzamin końcowy - dyplomowy w postaci prezentacji indywidualnego rozwiązania wybranego studium przypadku.	Analiza dowodów i deklaracji

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak

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

Tak

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

Tak

Program

Forma realizacji usługi:

Program realizowany jest w formie wykładów, zajęć o charakterze warsztatowym, ćwiczeń, pracy w grupach. Opierając się na koncepcji nauki przez doświadczenie, studia kładą duży nacisk na aktywne formy zajęć – warsztaty, ćwiczenia oraz projekty grupowe. Taka forma zajęć nie tylko ułatwia nabycie określonych umiejętności, ale również sprzyja wymianie doświadczeń.

- Komunikacja marketingowa w strategii biznesowej i jej uwarunkowania (społeczne, technologiczne, prawne uwarunkowania kampanii promocyjnych, psychologia w komunikacji marki, rola promocji w budowie portfela klientów) – 27 godzin (2 ECTS)
- Planowanie i zakup mediów cyfrowych – 8 godzin (1 ECTS)
- Tworzenie przekazu – 12 godzin (1,5 ECTS)
- Serwis internetowy (serwis internetowy w strategii marketingowej firmy oraz UX - budowanie pożądanych doświadczeń użytkownika) – 12 godzin (1,5 ECTS)
- Podstawowe narzędzia komunikacji marketingowej w Internecie: marketing w wyszukiwarkach, komunikacja w mediach społecznościowych, reklama graficzna (display, RTB, rich media, wideo), e-mail marketing, technologie mobilne w komunikacji marketingowej - 52 godziny (7,5 ECTS)
- Narzędzia wspomagające komunikację marketingową w Internecie: gry i chatboty w komunikacji marketingowej, promocja sprzedaży w sklepach internetowych, wirtualna i rozszerzona rzeczywistość w marketingu -17 godzin (1,5 ECTS)
- Zbieranie, przetwarzanie i analiza danych w Internecie (analizy mediów społecznościowych oraz Google Analytics) - 24 (2 ECTS)
- Studia przypadków oraz seminarium dyplomowe - 8 godzin (13 ECTS)
- W sumie - 160 godzin (30 ECTS)

Czas trwania: 2 semestry

Dni zajęć: sobota (9:00 do 17:00) i niedziela (9:00 do 15:15)

Łączna liczba godzin: 160

Łączna liczba punktów ECTS: 30

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 20

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 20 Dzień 1	19-10-2024	09:00	17:00	08:00
2 z 20 Dzień 2	20-10-2024	09:00	15:15	06:15
3 z 20 Dzień 3	16-11-2024	09:00	17:00	08:00

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 20 Dzień 4	17-11-2024	09:00	15:15	06:15
5 z 20 Dzień 5	14-12-2024	09:00	17:00	08:00
6 z 20 Dzień 6	15-12-2024	09:00	15:15	06:15
7 z 20 Dzień 7	11-01-2025	09:00	17:00	08:00
8 z 20 Dzień 8	12-01-2025	09:00	15:15	06:15
9 z 20 Dzień 9	01-02-2025	09:00	17:00	08:00
10 z 20 Dzień 10	02-02-2025	09:00	15:15	06:15
11 z 20 Dzień 11	01-03-2025	09:00	17:00	08:00
12 z 20 Dzień 12	02-03-2025	09:00	15:15	06:15
13 z 20 Dzień 13	29-03-2025	09:00	17:00	08:00
14 z 20 Dzień 14	30-03-2025	09:00	15:15	06:15
15 z 20 Dzień 15	12-04-2025	09:00	17:00	08:00
16 z 20 Dzień 16	13-04-2025	09:00	15:15	06:15
17 z 20 Dzień 17	10-05-2025	09:00	17:00	08:00
18 z 20 Dzień 18	11-05-2025	09:00	15:15	06:15
19 z 20 Dzień 19	24-05-2025	09:00	17:00	08:00
20 z 20 Dzień 20	25-05-2025	09:00	15:15	06:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	8 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	8 800,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

55,00 PLN

Koszt osobogodziny netto

55,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Rafał Górski

- obszar specjalizacji: działania kreatywne w komunikacji marketingowej
- doświadczenie zawodowe: Change Serviceplan – dyrektor kreatywny, Media Ready – creative partner. 20 lat doświadczenia w branży reklamowej. W swoim dorobku ma ponad 70 nagród na festiwalach reklamowych, w tym: 3 x Cannes Lion Cyber, New York Festival. Grand Prix GoldenDrum. Eurobest, Epica, 20+ KTR. Dwukrotny juror na festiwalu Cannes Lions. W 2007 otrzymał nagrodę Young European Creative przyznaną przez Art Directors Club of Europe ADC*E.
- doświadczenie w świadczeniu tego typu usług: wieloletni dydaktyk na studiach podyplomowych w SGH
- wykształcenie: wyższe



2 z 2

Artur Maciorowski

- obszar specjalizacji: marketing internetowy
- doświadczenie zawodowe: Trener, konsultant i publicysta w zakresie e-marketingu i e-biznesu. Od 1998 r. w branży internetowej. Jako właściciel firmy doradczo-szkoleniowej eCode edukuje, opracowuje i konsultuje strategie internetowe w zakresie promocji i sprzedaży. W portfolio m.in.: Coty Polska, Grupa ING, Bank DnB NORD, Fortis Bank/BGŻ BNP Paribas, Muzeum II Wojny Światowej, Proama, Auchan Polska i INFOR. Absolwent brytyjskiego programu The Chartered Institute of Marketing „Diploma in Professional Marketing” i certyfikowanego kursu „IBM Application framework for e-business” w Zurichu.
- doświadczenie w świadczeniu tego typu usług: Wieloletni dydaktyk na studiach podyplomowych. Od 15 lat prowadzi szkolenia i warsztaty, w których wzięło udział ponad 15.000 uczestników. Certyfikowany trener IAB DIMAQ oraz tutor CIM „Digital Strategy” w Questus.
- wykształcenie: wyższe

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje:

- Prezentacje z prowadzonych zajęć
- Materiały uzupełniające tj. książki, artykuły w pdf

Warunki uczestnictwa

Warunki formalne:

- posiadanie dyplomu ukończenia studiów wyższych,
- złożenie kompletu dokumentów wymaganych przez SGH,
- wniesienie opłaty za studia.

Adres

al. Aleja Niepodległości 162

02-554 Warszawa

woj. mazowieckie

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Al. Niepodległości 162

02-554 Warszawa

Obiekty należące lub wynajmowane przez Szkołę Główną Handlową w Warszawie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- sale dydaktyczne • biblioteka i księgarnia • punkty gastronomiczne

Kontakt



Jacek Wójcik

E-mail jacek.wojcik@sgh.waw.pl

Telefon (+48) 514 373 512