

**Uniwersytet
SWPS**

Uniwersytet SWPS



Studia podyplomowe WROCŁAW: Content marketing czyli jak budować markę w Internecie

Numer usługi 2024/04/22/14313/2131696

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

📖 Studia podyplomowe

🕒 210 h

📅 01.10.2024 do 30.06.2025

7 400,00 PLN brutto

7 400,00 PLN netto

35,24 PLN brutto/h

35,24 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Sposób dofinansowaniawsparcie dla osób indywidualnych
wsparcie dla pracodawców i ich pracowników**Grupa docelowa usługi**

Wykłady oraz zajęcia warsztatowe są prowadzone od podstaw, stąd ofertę kierujemy głównie do osób początkujących lub średniozaawansowanych.

Proponowany kierunek studiów podyplomowych skierowany jest do:

- menedżerów i pracowników działów marketingu i promocji, którzy chcą podnieść swoje umiejętności i kompetencje w zakresie social media i content marketingu
- pracowników lub właścicieli agencji reklamowych oraz Public Relations, agencji marketingowych, content marketingowych, SEO, domów mediowych, agencji marketingowych, content marketingowych, SEO, domów mediowych, którzy pragną wzbogacić i odświeżyć posiadaną wiedzę
- pracowników instytucji państwowych, którzy chcą rozwinąć obecność macierzystych instytucji w mediach społecznościowych i Internecie
- absolwentów szkół wyższych o pokrewnych profilach, którzy chcą pracować w agencjach kreatywnych lub reklamowych
- właścicieli prywatnych firm lub osób planujących założyć własną działalność i promować swoje produkty lub usługi w social mediach

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

24

Data zakończenia rekrutacji

30-09-2024

Forma prowadzenia usługi

mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi	210
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 aktualnej i kompleksowej wiedzy na temat budowania stabilnej marki w Internecie. Dla wszystkich osób, które planują, bądź też zajmują się budowaniem nowoczesnej marki, i którzy rozumieją jak ważne jest stałe pozyskiwanie ruchu w sieci, nowoczesne budowanie reklamy on-line i sprawne projektowanie kampanii reklamowych na FB.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: <ul style="list-style-type: none"> – współczesnych trendów w content marketingu oraz metod działania w internecie w oparciu o tzw. marketing treści, – efektywnego posługiwania się algorytmami Googla, – rozszerzoną wiedzę z zakresu kluczowych narzędzi w content marketingu: Facebook, Twitter, LinkedIn, You Tube oraz SlideShare, – najistotniejszych elementów składowych strategii content marketingowej, – strategii pozycjonowania marki w content marketingu, – językowych środków perswazji stosowane w reklamie, – konstrukcji tekstu w kontekście działania wyszukiwarek, – zasad efektywnej współpracy z blogosferą, 	<p>Zgodność z celami i standardami: Sprawdzenie, czy osiągnięcia osoby studiującej są zgodne z wcześniej określonymi celami edukacyjnymi i standardami nauczania.</p> <p>Jasność i precyzja: Ocenianie czy osiągnięcia osoby studiującej są jasne, konkretne i precyzyjne, czyli czy pokazują rzeczywiste zrozumienie i opanowanie materiału.</p> <p>Zastosowanie w praktyce: Ocena zdolności osoby studiującej do zastosowania nabytej wiedzy i umiejętności w praktycznych sytuacjach lub zadaniach.</p> <p>Interakcja i komunikacja: Analiza umiejętności osoby studiującej w komunikacji i współpracy z innymi, zarówno w kontekście edukacyjnym, jak i społecznym.</p>	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<ul style="list-style-type: none"> – prowadzenia i utrzymania bloga od strony praktycznej, – standardów skutecznego budowania przekazu wizualnego w social mediach, – roli przekazu audiowizualnego i roli video w marketingu internetowym, – przyczyny sytuacji kryzysowych w mediach społecznościowych i sposobie ich rozwiązywania, – nowych nośników treści, – korzyści jakie dają człowiekowi social media z psychologicznego punktu widzenia, – SEO, dystrybucji treści i pozyskiwanie ruchu w sieci, – pomiaru i optymalizacja działań w internecie i mediach społecznościowych, – efektywnego posługiwanie się serwisem YouTube, – podstawową wiedzę z zakresu tworzenia i prowadzenia kanału filmowego danej marki – wiedza o technikach i formach narracyjnych oraz ich optymalizacji pod kątem wykorzystania w komunikacji wizerunkowej. – świadome korzystanie z Social Commerce w biznesie 	<p>Zgodność z celami i standardami: Sprawdzenie, czy osiągnięcia osoby studiującej są zgodne z wcześniej określonymi celami edukacyjnymi i standardami nauczania.</p> <p>Jasność i precyzja: Ocenianie czy osiągnięcia osoby studiującej są jasne, konkretne i precyzyjne, czyli czy pokazują rzeczywiste zrozumienie i opanowanie materiału.</p> <p>Zastosowanie w praktyce: Ocena zdolności osoby studiującej do zastosowania nabytej wiedzy i umiejętności w praktycznych sytuacjach lub zadaniach.</p> <p>Interakcja i komunikacja: Analiza umiejętności osoby studiującej w komunikacji i współpracy z innymi, zarówno w kontekście edukacyjnym, jak i społecznym.</p>	<p>Prezentacja</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>UMIEJĘTNOŚCI</p> <ul style="list-style-type: none"> – tworzenie modelu biznesowego wg. business model canvas, – wykonywanie Analizy SWOT, – opracowanie analizy konkurencji oraz audytu treści, – określanie celów działań content marketingowych i wskaźników pomiaru, – tworzenie kalendarza redakcyjnego, – prowadzenie monitoringu marki, – przyciąganie uwagi w social media wśród określonej grupy docelowej, – zdobywanie zaangażowania w wybranych serwisach społecznościowych, – tworzenia efektywnych kampanii marketingowych w serwisie społecznościowym Instagram, – planowanie pracy w e-marketingu, – sprawnego posługiwania się zasadami konstrukcji tekstu w: e-mail marketingu, newsletterach i blogach, – pozyskiwania partnerów biznesowych w obszarze blogosfery, – prawidłowego tworzenia oprawy graficznej dla kampanii w social mediach, – rozwiązywania kryzysu w social mediach, – wykorzystanie Google Analytics do optymalizacji kampanii w Internecie, – posługiwanie się narzędziami analizującymi widoczność serwisów WWW w wyszukiwarkach, 	<p>Zgodność z celami i standardami: Sprawdzenie, czy osiągnięcia osoby studiującej są zgodne z wcześniej określonymi celami edukacyjnymi i standardami nauczania. Jasność i precyzja: Ocenianie czy osiągnięcia osoby studiującej są jasne, konkretne i precyzyjne, czyli czy pokazują rzeczywiste zrozumienie i opanowanie materiału. Zastosowanie w praktyce: Ocena zdolności osoby studiującej do zastosowania nabytej wiedzy i umiejętności w praktycznych sytuacjach lub zadaniach. Interakcja i komunikacja: Analiza umiejętności osoby studiującej w komunikacji i współpracy z innymi, zarówno w kontekście edukacyjnym, jak i społecznym.</p>	<p>Prezentacja</p>
<ul style="list-style-type: none"> – posługiwanie się narzędziami wspomagającymi proces optymalizacji SEO, – monitorowanie ruchu w Internecie, – tworzenia adekwatnych brandingowo i marketingowo tekstów storytellingowych. 	<p>Zgodność z celami i standardami: Sprawdzenie, czy osiągnięcia osoby studiującej są zgodne z wcześniej określonymi celami edukacyjnymi i standardami nauczania. Jasność i precyzja: Ocenianie czy osiągnięcia osoby studiującej są jasne, konkretne i precyzyjne, czyli czy pokazują rzeczywiste zrozumienie i opanowanie materiału. Zastosowanie w praktyce: Ocena zdolności osoby studiującej do zastosowania nabytej wiedzy i umiejętności w praktycznych sytuacjach lub zadaniach. Interakcja i komunikacja: Analiza umiejętności osoby studiującej w komunikacji i współpracy z innymi, zarówno w kontekście edukacyjnym, jak i społecznym.</p>	<p>Prezentacja</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>KOMPETENCJE SPOŁECZNE Wspólne zadania projektowe będą doskonałym warształem do zdobycia takich umiejętności społecznych jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> – zdolność do autonomicznego i odpowiedzialnego wykonywania powierzonych zadań, – sprawne komunikowania się, oraz umiejętność współdziałania z innymi w roli członka i lidera zespołu – zdolność do samodzielnego przygotowywania raportów i analiz SEO – właściwa komunikacja z agencjami marketingowymi, – umiejętność komunikacji z grafikiem w zakresie zasadności decyzji projektowych, – rozumienie mechanizmów poznawczych i emocjonalnych w interakcji z innymi ludźmi – rozumienie mechanizmów mediów społecznościowych oraz poznanie mechanizmów społecznych, które zachodzą w cyfrowym świecie współczesnych konsumentów, 	<p>Zgodność z celami i standardami: Sprawdzenie, czy osiągnięcia osoby studiującej są zgodne z wcześniej określonymi celami edukacyjnymi i standardami nauczania.</p> <p>Jasność i precyzja: Ocenianie czy osiągnięcia osoby studiującej są jasne, konkretne i precyzyjne, czyli czy pokazują rzeczywiste zrozumienie i opanowanie materiału.</p> <p>Zastosowanie w praktyce: Ocena zdolności osoby studiującej do zastosowania nabytej wiedzy i umiejętności w praktycznych sytuacjach lub zadaniach.</p> <p>Interakcja i komunikacja: Analiza umiejętności osoby studiującej w komunikacji i współpracy z innymi, zarówno w kontekście edukacyjnym, jak i społecznym.</p>	<p>Prezentacja</p>

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 2. Czy dokument został wydany przez organy władz publicznych lub samorządów zawodowych na podstawie ustawy lub rozporządzenia?

Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych zgodne z przepisami określonymi w Ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.

Informacje

<p>Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów</p>	<p>uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa</p>
<p>Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację</p>	<p>Uniwersytet SWPS</p>
<p>Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR</p>	<p>Nie</p>

Program

1. Psychologia reklamy
2. Content marketing, czyli czym jest marketing treści?
3. Budowanie strategii content marketingu
4. Budowanie person w content marketingu
5. Social commerce: co to jest oraz jak wykorzystać je w swoim biznesie?
6. Jak wykorzystać potencjał linkedin w biznesie?
7. Sekrety budowania marki i zasięgu na instagramie
8. Wideo content marketing- jak zaistnieć na youtube?
9. Webwriting i struktura informacji
10. Copywriting– jak żonglować słowem?
11. Blogosfera oraz fora internetowe– wykorzystanie efektywnej rekomendacji w sieci
12. Budowanie graficznej strony informacji w internecie
13. Przekaz audiowizualny
14. Współczesne trendy w content marketingu
15. Social media jako narzędzie zaspokajania podstawowych potrzeb człowieka
16. SEO, dystrybucja treści i pozyskiwanie ruchu w sieci
17. Pomiar i optymalizacja działań w internecie i mediach społecznościowych
18. AI w content marketingu - wprowadzenie, możliwości, zagrożenia, narzędzia.
19. Budowanie marki w sieci
20. Storytelling
21. Konsultacje prac dyplomowych
22. Znaczenie UX i UI w marketingu internetowym

Z ważnych przyczyn Uczelnia zastrzega sobie możliwość dokonania zmian w kadrze i programie studiów.

Organizacja nauki

Czas trwania: dwa semestry - 210 godzin dydaktycznych, liczba możliwych punktów do zdobycia ECTS: 38. Zjazdy odbywają się w soboty i niedziele.

Harmonogram usługi obejmuje przerwy kawowe i obiadowe. Godzina dydaktyczna trwa 45 minut. Szczegóły realizacji poszczególnych zjazdów (godziny realizacji, przedmioty, prowadzący) wskazane są w harmonogramie, który udostępniany jest słuchaczom nie później niż na 2 tygodnie przed rozpoczęciem zajęć. **Uczelnia zastrzega sobie prawo do zmiany terminów i formy zjazdów.**

Jako osoby prowadzące zajęcia wymieniona jest część kadry dydaktycznej kierunku.

Studia będą się odbywać w formie mieszanej. Część zajęć odbywa się stacjonarnie w wyznaczonym miejscu, drugą część trener prowadzi na żywo poprzez komunikator.

Sposób walidacji usługi - weryfikacja efektów kształcenia następuje w ramach zaliczeń realizowanych w trakcie studiów.

Linki do zajęć ważne są do końca września 2025 roku.

Szczegółowe informacje na temat kierunku znajdują Państwo pod adresem: <https://www.swps.pl/oferta/wroclaw/podyplomowe/informatyka-nowe-technologie/content-marketing-jak-budowac-marke-w-internecie>

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 przypadający na 1 uczestnika brutto	7 400,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	35,24 PLN
Koszt osobogodziny netto	35,24 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Renata Makuszak-Krzyżaniak

Specjalizuje się w oprawie graficznej kampanii promocyjnych i wizerunkowych w serwisach społecznościowych /praca dla Wrocławskiego Centrum Badań EIT+/ i grafice wydawniczej /współpraca z wydawnictwem Publicat, Wydawnictwem Dolnośląskim, Wydawnictwem Edukacyjnym.

Grafik komputerowy i redaktor techniczny z 20 letnim stażem zawodowym. Wieloletni szkoleniowiec i wykładowca grafiki komputerowej i projektowania. Prowadzi własną pracownię graficzną we Wrocławiu.

Absolwentka Historii Sztuki na Uniwersytecie Wrocławskim oraz podyplomowych studiów z grafiki komputerowej.

Współpracuje z Uniwersytetem SWPS, Wyższą Szkołą Informatyki Stosowanej, Wyższą Szkołą Humanistyczną, Wyższą Szkołą Zarządzania Edukacja z Wrocławia.



2 z 2

prof. dr hab. Dariusz Doliński

Jeden z najbardziej cenionych psychologów społecznych w Polsce. Zajmuje się psychologią zachowań społecznych, psychologią emocji i motywacji. Analizuje techniki wpływu społecznego, mechanizmy ulegania wobec zewnętrznego nacisku i manipulacji społecznej. Interesuje się psychologicznymi aspektami marketingu i reklamy. Jest autorem licznych projektów naukowych, badań eksperymentalnych i teorii z zakresu psychologii społecznej, szczególnie zachowań konsumenckich oraz weryfikacji technik używanych przez ludzi do tego, aby efektywnie wpływać na innych.

Redaktor naczelny „Polish Psychological Bulletin”. Publikuje w prestiżowych czasopismach, takich jak: „Journal of Personality and Social Psychology”, „Personality and Social Psychology Bulletin”, „Journal of Experimental Social Psychology” oraz „European Journal of Social Psychology”. Autor i współautor około 200 publikacji, m.in. „Psychologia wpływu społecznego” (2000), „Psychologiczne mechanizmy reklamy” (2003), „Ukryte sensory zachowania: rozmowy o wywieraniu wpływu i reklamie” (2006), „Manipulacja” (2009) oraz „Techniques of social influence: The psychology of gaining compliance” (2016).

Jest członkiem-korespondentem Polskiej Akademii Nauk, członkiem Komitetu Psychologii PAN oraz prezesem Polskiego Stowarzyszenia Psychologii Społecznej.

Na Uniwersytecie SWPS prowadzi zajęcia z zakresu psychologii społecznej i psychologii reklamy.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dydaktyczne dla uczestników usługi są udostępniane Słuchaczom:

- za pośrednictwem usługi Google Classroom, na której odbywają się zajęcia prowadzone zdalnie, lub
- w formie papierowej w przypadku zjazdów stacjonarnych

Warunki uczestnictwa

Warunkiem przyjęcia jest spełnienie przez Kandydata poniżej wymienionego warunku:

1. Wypełnienie internetowego formularza zgłoszeniowego (<https://rekrutacja.swps.pl/s/login/?language=pl>) i dostarczenie do realizatora usługi (Uniwersytetu SWPS) przez Kandydata wszystkich wymaganych w procesie rekrutacji dokumentów.
2. Spełnianie warunków: dyplom ukończenia uczelni wyższej (minimum licencjat).

Ponadto warunkiem przyjęcia jest posiadanie przez Uniwersytet SWPS wolnych miejsc na danym kierunku oraz decyzja o uruchomieniu kierunku.

Informacje dodatkowe

Rok akademicki rozpoczyna się 01.10.2024 r.

Na stronie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości cena usługi wynosi 7 400,00 zł – jest to kwota, którą ponosi Słuchacz w przypadku wyboru systemu płatności 1 raty/rok akademicki. Cena za studia podana w ramach powyższej Karty Usługi nie obejmuje opłaty rekrutacyjnej w kwocie 300 zł. Opłata rekrutacyjna nie jest wliczana do kwoty czesnego i jest wnoszona przez kandydata na etapie rekrutacji. Absolwenci, studenci i słuchacze Uniwersytetu SWPS są zwolnieni z jej wnoszenia.

Warunki techniczne

Warunki techniczne niezbędne do udziału w części usługi realizowanie zdalnie:

1) platforma/rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa: narzędzie z pakietu Google Workspace (Google Classroom oraz Google Meet)

2) minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji: komputer z procesorem Intel Pentium 4 lub nowszy, obsługujący SSE2, 2 GB pamięci RAM, zainstalowany jeden z systemów operacyjnych Windows 7, 8, 10, macOS 10.9 lub nowszy. Dodatkowo wbudowany lub zewnętrzny mikrofon, opcjonalnie kamera video. (Do obsługi wideo w jakości HD wymagany jest procesor Intel drugiej generacji i3/i5/i7 2,2 GHz, odpowiednik firmy AMD lub lepszy). Android z systemem 5.0 lub nowszy/iPhone z systemem iOS 11.0 lub nowszy

3) minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik:
<https://support.google.com/a/answer/1279090>

4) niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: Przeglądarka Google Chrome lub Mozilla Firefox, Adobe Reader, Pakiet biurowy np Libre Office, Open Office lub Microsoft Office.

Adres

ul. Aleksandra Ostrowskiego 30 B
53-238 Wrocław
woj. dolnośląskie

Zajęcia stacjonarne na studiach podyplomowych realizowane są w filii Uniwersytetu SWPS we Wrocławiu lub w salach konferencyjno-szkoleniowych wynajmowanych poza siedzibą uczelni.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami

Kontakt



Milena Jurga

E-mail podyplomowe.wroclaw@swps.edu.pl

Telefon (+48) 785 205 336