



WYŻSZA SZKOŁA
INFORMATYKI I
ZARZĄDZANIA Z
SIEDZIBĄ W
RZESZOWIE



Studia podyplomowe "Marketing internetowy"

Numer usługi 2024/06/13/14073/2182538

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Studia podyplomowe

🕒 188 h

📅 26.10.2024 do 30.06.2025

5 600,00 PLN brutto

5 600,00 PLN netto

29,79 PLN brutto/h

29,79 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Studia adresowane są do osób odpowiadających za działania marketingowe w Internecie, pracowników i właścicieli firm chcących wykorzystać Internet w komunikacji z rynkiem, informatyków, programistów i grafików, którzy chcą poznać tajniki wykorzystania Internetu w marketingu, a także dla tych, którzy pragną prowadzić i rozwijać swój własny sklep internetowy.
Minimalna liczba uczestników	16
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	21-10-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	188
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

Studia podyplomowe Marketing internetowy wraz z egzaminem potwierdzają przygotowanie do tworzenia wizerunku firmy w Internecie, prezentacji i rozpowszechnienia oferty sprzedażowej i kontaktu z klientami.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje budowanie strategii organizacji w kwestiach związanych z wykorzystaniem Internetu w marketingu oraz definiuje narzędzia służące jej wdrażaniu i kontroli.	Prezentuje główne założenia strategii marki	Wywiad swobodny
Identyfikuje podstawowe narzędzia informatyczne stosowane w obszarze technik multimedialnych.	Przedstawia narzędzia stosowane w marketingu internetowym i pozycjonowaniu stron internetowych.	Prezentacja
Analizuje i optymalizuje rozbudowaną kampanię e-marketingową.	Tworzy adekwatne kampanie marketingowe z wykorzystaniem dostępnych narzędzi	Wywiad swobodny
Projektuje i wykorzystuje zaawansowane narzędzia do analizy marketingowej produktu i procesu	Analizuje i wyciąga wnioski dotyczące prowadzonych kampanii marketingowych	Analiza dowodów i deklaracji
Interpretuje procesy zachodzące w Internecie i ich oddziaływanie społeczne	Analizuje trendy i zmiany rynkowe w wyselekcjonowanych grupach odbiorców	Prezentacja

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Absolwent studiów podyplomowych uzyskuje świadectwo zgodnie z obowiązującym rozporządzeniem ministerialnym oraz zaświadczenie o osiągniętych efektach uczenia się.

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

Każdy przedmiot kończy się zaliczeniem, zaliczeniem na ocenę lub egzaminem zgodnie z wytycznymi zawartymi w kartach przedmiotów.

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

Po uzyskaniu zaliczeń i zdaniu egzaminów przedmiotowych oraz zakończeniu zajęć dydaktycznych słuchacz zdaje egzamin końcowy w formie ustnej wypowiedzi przed powołaną komisją.

Program

Program studiów obejmuje następujące przedmioty i zagadnienia:

Kształtowanie cyfrowego wizerunku marki: taktyki i trendy

1. Analiza - metody, narzędzia i źródła informacji
2. Definiowanie celów
3. Definiowanie grup docelowych
4. Metody budżetowania i rozliczania kampanii
5. Pomiar skuteczności
6. Marketing offline vs online

Przewaga w sieci: sztuczna inteligencja w świecie e-marketingu

1. Przegląd narzędzi
2. Przykłady zastosowań
3. Regulacje prawne

Cyfrowa metamorfoza: od podstaw do mistrzostwa w e-marketingu

1. Rynek reklamy internetowej
2. Internauci w Polsce i na świecie
3. Kanały komunikacji w Internecie
4. Rodzaje i klasyfikacja podmiotów związanych z rynkiem reklamy w Internecie
5. Podstawowe modele zakupu i emisji reklamy w sieci
6. Podstawowe narzędzia i wskaźniki
7. Współpraca z agencją - podstawowe zagadnienia
8. Trendy
9. Narzędzia do analizy kondycji działań e-marketingowych
10. Metody i źródła pozyskiwania danych oraz narzędzia powiązane z Big Data
11. Podstawowe pojęcia i koncepcje związane z marketingiem mobilnym
12. Aplikacje mobilne
13. Reklama mobilna
14. Serwisy mobilne i responsywne
15. SMS marketing

Design Thinking

1. Podstawowe pojęcia, geneza, ideologia, zasady
2. Metody i narzędzia
3. Zastosowanie Design Thinking w marketingu

Pozycjonowanie stron internetowych (SEO)

1. Koncepcje i modele związane z SEO
2. Podstawowe pojęcia
3. SEM / SEO / PPC - podstawowe pojęcia
4. Wyniki wyszukiwania i pozycjonowanie w wyszukiwarce
5. Efektywność działań SEM
6. Mechanika SEO
7. Definiowanie słów kluczowych

Google Ads (z przygotowaniem do egzaminu Google)

1. Podstawowe pojęcia

2. Google Ads - panel
3. Koncepcje i modele związane z PPC
4. Efektywność działań SEM
5. Definiowanie słów kluczowych
6. Bidding w reklamie PPC
7. Copy w reklamie PPC
8. Rodzaje i formaty reklamy video

Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google)

1. Google Analytics - panel
2. Podstawowe pojęcia i narzędzia związane z web analityką
3. Cele i konwersja
4. Wskaźniki i wymiary

Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych

1. Podstawowe pojęcia i koncepcje związane z web 2.0
2. Platformy social media
3. Social Listening i monitoring
4. Planowanie i publikowanie contentu
5. Reklama w sieciach społecznościowych
6. Efektywność social media marketingu
7. KPI i analityka
8. Efektywność video advertising
9. Programy graficzne przy prowadzeniu profili na SM

Prawo w Internecie

1. Umowy, składanie zleceń i odpowiedzialność prawna w marketingu internetowym
2. Aspekty prawa autorskiego w sieci
3. RODO (elementy)

Social selling

Kanały i platformy social selling, LinkedIn

Narzędzia i możliwości social selling

KPI i analityka

Content marketing, copywriting i netykieta

1. Sposoby, formy i narzędzia tworzenia treści
2. Ogólne wytyczne tworzenia treści
3. Reklama natywna
4. Storytelling

Użyteczność i dostępność serwisów internetowych - badania i narzędzia

1. Podstawowe pojęcia i koncepcja User Generated Experience
2. Heurystyki Nielsena
3. Metody i narzędzia analiz i pomiaru UX
4. Testy A/B oraz badania User Experience serwisu internetowego
5. Podstawowe pojęcia i koncepcje User Experience
6. Optymalizacja strony www pod kątem urządzeń mobilnych

Kod sukcesu e-commerce: strategie i tajemnice sprzedaży online

1. Rynek e-commerce w Polsce
2. Podstawowe pojęcia i koncepcje handlu w sieci
3. Zasady handlu elektronicznego
4. Metody komunikacji z klientem w Internecie
5. Proces zakupowy klienta w Internecie
6. Trendy w e-marketingu i e-commerce
7. Automatyzacja w e-commerce

8. Zarządzanie zespołem e-commerce
9. Szczegółowe omówienie systemów: Shoper, Magento, Woocommerce

Tworzenie stron internetowych

1. Podstawowe pojęcia (domena, hosting, serwer)
2. Podstawy HTML, CSS, PHP
3. System Wordpress

E-mail marketing

1. Budowanie baz danych
2. Spam
3. Email design
4. Zarządzanie danymi i prywatność
5. Testowanie
6. Mierniki i efektywność e-mail marketingu
7. Narzędzia wykorzystywane w e-mail marketingu

Programy lojalnościowe i afiliacyjne

1. Podstawowe pojęcia
2. Narzędzia
3. Strategie wykorzystania
4. KPI i analityka
5. Zarządzanie danymi i prywatność

Reklama RTB

1. Podstawowe pojęcia z RTB
2. Formaty reklamy display
3. Mechanika działania
4. Efektywność reklamy display
5. Podstawowe pojęcia i koncepcje Programmatic

Studia trwają 2 semestry, umożliwiają uzyskanie 30 punktów ECTS. Zajęcia realizowane są w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Zajęcia odbywają się średnio co 2 tygodnie w soboty i niedziele, średnio 6 - 8 godzin dziennie (godzina dydaktyczna - 45 minut).

Absolwent studiów podyplomowych uzyskuje świadectwo ukończenia studiów podyplomowych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

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

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	29,79 PLN
Koszt osobogodziny netto	29,79 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

dr Joanna Świętoniowska

Doktor nauk społecznych z zakresu nauki o zarządzaniu i jakości. W 2019 r. na Wydziale Informatyki i Komunikacji Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach z wyróżnieniem obroniła rozprawę doktorską pt. "Doskonalenie dojrzałości projektowej organizacji". Absolwentka Wydziału Ekonomii Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie. W latach 2003 – 2007 pracownik Biura Projektów Stowarzyszenia Promocji Przedsiębiorczości w Rzeszowie. Od roku 2005 asystent WSliZ w Katedrze Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych i Europeistyki, Zakład Europeistyki oraz pracownik Biura Projektów Uczelni.

Członek International Project Management Association Polska; certyfikowany kierownik projektów – IPMA C (Certified Project Manager) oraz Prince (PRINCE2 Foundation oraz Practitioner), dyplomy ukończenia szkoleń zarządzania projektami w oparciu o PMI-PMBOK; akredytowany Konsultant Funduszy Europejskich. Zarządzający projektami międzynarodowymi, infrastrukturalnymi oraz projektami finansowanymi ze środków Unii Europejskiej. Asesor Ministerstwa Rozwoju Regionalnego dla Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Zapewniamy uczestnikom studiów dostęp do materiałów przekazywanych przez wykładowców poszczególnych przedmiotów drogą elektroniczną oraz na platformie Moodle. Sluchacze otrzymują: prezentacje przygotowane przez wykładowców, skrypty, inne materiały opisowe przygotowane przez wykładowców, zestawy ćwiczeń.

Warunki uczestnictwa

Osoby z wykształceniem wyższym (I lub II stopnia). Rejestracja <https://podyplomowe.wsiz.pl/rekrutacja/>

Rejestracja na studia podyplomowe odbywa się w formie elektronicznej. Aby zarezerwować miejsce na studiach podyplomowych konieczne jest złożenie kompletu wymaganych dokumentów rekrutacyjnych. Zgłoszenie na studia tylko przez Bazę Usług Rozwojowych nie gwarantuje miejsca w grupie.

Informacje dodatkowe

Zajęcia odbywają się w soboty-niedziele co 2 tygodnie po około 6-8h lekcyjnych każdego dnia w formie stacjonarnej i zdalnej. Zajęcia zdalne realizowane są z wykorzystaniem platformy Cisco Webex.

Czesne za studia wpisane w karcie usługi nie obejmuje opłaty rekrutacyjnej w wysokości 50 zł. Opłatę rekrutacyjną należy wnieść w chwili rejestracji na studia przez system rekrutacyjny uczelni.

Warunki techniczne

Zajęcia zdalne prowadzone są z użyciem platformy Cisco Webex. Słuchacz loguje się do platformy Cisco Webex ze swojego konta w Wirtualnej Uczelni. Słuchacz, aby skorzystać z zajęć online musi posiadać stanowisko pracy spełniające poniższe minimalne wymagania:

Komputer/laptop/ z zainstalowanym systemem:

Windows

- Windows 10 lub nowszym

Mac OS

- 10.15 lub nowszym

Urządzenia mobilne:

iOS

- 16 i nowsze

iPadOS

- 16 i nowsze

Android

- 10 i nowsze

Minimalna przepustowość połączenia internetowego:

- Download 4 Mb/s
- Upload 4 MB/s

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

- Przeglądarka internetowa (według wyboru słuchacza)

Kontakt



Marta Cisek-Babiarz

E-mail csp@wsiz.edu.pl

Telefon (+48) 17 8661 517