



## Studia podyplomowe "Marketing internetowy"

Numer usługi 2025/01/09/14073/2492213

6 200,00 PLN brutto

6 200,00 PLN netto

32,98 PLN brutto/h

32,98 PLN netto/h

WYŻSZA SZKOŁA  
INFORMATYKI I  
ZARZĄDZANIA Z  
SIEDZIBĄ W  
RZESZOWIE

📄 Studia podyplomowe

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 188:00 h

📅 18.10.2025 do 30.06.2026

★★★★★ 4,6 / 5

620 ocen

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikatory projektów</b>	Małopolski Pociąg do kariery
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p>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.</p> <p>Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem"</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	16
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	30
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	17-10-2025
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	188
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t. j. Dz. U. z 2024 r. poz. 1571, z późn. zm.)

# Cel

## Cel edukacyjny

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

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje strategię organizacji w kwestiach związanych z wykorzystaniem Internetu w marketingu oraz definiuje narzędzia służące jej wdrażaniu i kontroli.	Opisuje rynek reklamy, dostawców i odbiorców marketingu internetowego	Wywiad swobodny
	Interpretuje markę z punktu widzenia: organizacji, kategorii, konsumentów, trendów.	Wywiad ustrukturyzowany
	Wymienia zastosowania sztucznej inteligencji w obszarze marketingu internetowego	Wywiad swobodny
Identyfikuje podstawowe narzędzia informatyczne stosowane w obszarze technik multimedialnych.	Wymienia poszczególne assety marki jak: insight, pozycjonowanie, claim, benefits.	Wywiad swobodny
	Przedstawia wybrane narzędzia stosowane w marketingu internetowym i pozycjonowaniu stron internetowych.  Wyjaśnia zastosowanie podstawowych narzędzi marketingowych w obszarze digital i ich rolę w kampaniach reklamowych.	Prezentacja  Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Charakteryzuje zagadnienia związane z metodami obliczeniowymi oraz sposobami i możliwościami wykorzystania dostępnych informacji do rozwiązywania problemów związanych z prowadzeniem i optymalizacją działań e-marketingowych.</p>	<p>Wyjaśnia podstawowe pojęcia i narzędzia związane z Webanalityką, zasady działania Google Analytics, wnioski jakie wynikają ze stosowania tego narzędzia</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Wyjaśnia efektywność działań reklamowych w sieci, analizuje raporty i wyciąga z nich wnioski.</p> <p>Przedstawia podstawowe raporty: pozyskanie, zachowanie, konwersje</p>	<p>Wywiad ustrukturyzowany</p> <p>Prezentacja</p>
	<p>Wymienia i wyjaśnia metody analiz: segmentacja, wymiary dodatkowe, porównanie w kontekście czasowym</p>	<p>Prezentacja</p>
<p>Projektuje i wykorzystuje zaawansowane narzędzia do analizy marketingowej produktu i procesu</p> <p>Interpretuje procesy zachodzące w Internecie i ich oddziaływanie społeczne</p>	<p>Definiuje cele, grupy docelowe, metody budżetowania i rozliczania kampanii marketingowej.</p>	<p>Prezentacja</p>
	<p>Podaje przykłady zastosowań AI w celu automatyzacji i optymalizacji prowadzonych działań marketingowych.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
	<p>Wyjaśnia znaczenie regulacji dotyczących prawa autorskiego i własności intelektualnej w erze generatywnej AI.</p> <p>Analizuje trendy i zmiany rynkowe w wyselekcjonowanych grupach odbiorców oraz dostosowuje narzędzia i metody działań marketingowych.</p>	<p>Wywiad swobodny</p> <p>Prezentacja</p>
<p>Uzasadnia konieczność uczenia się przez całe życie; inspiruje i organizuje proces uczenia się innych osób.</p> <p>Charakteryzuje zasady komunikowania się w zespole, wykazuje zdolność do konstruktywnego współdziałania z innymi.</p>	<p>Wyjaśnia konieczność i potrzebę ciągłego doskonalenia i uczenia się na każdym etapie rozwoju pracownika</p> <p>Wymienia konsekwencje braku jasnych zasad komunikacji w zespole</p>	<p>Wywiad swobodny</p> <p>Debata swobodna</p>
<p>Definiuje odpowiedzialne i etyczne pełnienie roli specjalisty ds. marketingu internetowego</p>	<p>Wyjaśnia kontekst etyczny podejmowania działań z zakresu marketingu internetowego oraz możliwych skutków społecznych, wizerunkowych i prawnych.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>

# 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

Program studiów obejmuje następujące przedmioty z liczbą zajęć teoretycznych i praktycznych:

	<b>Przedmiot</b>	<b>Zajęcia teoretyczne</b>	<b>Zajęcia praktyczne</b>
1	Rola marketingu internetowego w biznesie	6	
2	Strategie marketingu internetowego	8	
3	Wprowadzenie do AI, automatyzacji oraz no-code		8
4	Prawa autorskie i własność intelektualna w erze generatywnej AI	4	
5	Design Thinking		8
6	Pozycjonowanie stron internetowych (SEO)		16
7	Reklama w wyszukiwarkach: Google Ads (z przygotowaniem do egzaminu Google) oraz Microsoft Ads		16
8	Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych		8
9	Social selling		8

10	Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google)		16
11	Content marketing, copywriting, i netykieta wraz z wykorzystaniem AI		12
12	Generowanie obrazu i wideo poprzez AI		8
13	Sukces w e-commerce: strategie i tajemnice sprzedaży online	6	6
14	Tworzenie stron internetowych w oparciu o no-code oraz AI		16
15	E-mail marketing		12
16	Programy lojalnościowe i afiliacyjne	6	
17	Reklama RTB		8
18	User Experience - badania i narzędzia		16
	<b>SUMA:</b>	<b>30</b>	<b>158</b>

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 dydaktycznych dziennie (godzina dydaktyczna - 45 minut). Zajęcia z reguły odbywają się w blokach obejmujących 4 godziny dydaktyczne i przerwę 30 minut (np. zajęcia realizowane w godzinach 08.00-11.30, obejmują 4 x 45 minut i 30 minut przerwa). Przerwa nie jest wliczana do czasu zajęć.

W szczegółowym harmonogramie każde zajęcia będą oznaczone jako teoretyczne lub praktyczne. Zajęcia prowadzone są w formie wykładów, ćwiczeń, odgrywania ról, case study z wykorzystaniem czata oraz funkcji podziału na grupy.

Wykładowcami studiów podyplomowych są pracownicy uczelni zajmujący się wskazaną tematyką oraz pracownicy innych instytucji i organizacji zewnętrznych posiadający doświadczenie z zakresu prowadzonych zajęć.

Walidacja: każdy przedmiot na studiach podyplomowych kończy się zaliczeniem, zaliczeniem na ocenę lub egzaminem. Po zakończeniu zajęć dydaktycznych i uzyskaniu wszystkich zaliczeń słuchacz zdaje egzamin końcowy w formie ustnej w którym uczestniczy walidator (osoba nie biorąca udziału w procesie dydaktycznym).

Absolwent studiów podyplomowych uzyskuje świadectwo ukończenia studiów podyplomowych.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 51

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 51</b> Rola marketingu internetowego w biznesie, 4 godz. dydaktyczne	dr Wojciech Szymański	18-10-2025	08:55	12:30	03:35
<b>2 z 51</b> Rola marketingu internetowego w biznesie, 2 godz. dydaktyczne	Daria Chernushych	18-10-2025	12:40	14:20	01:40
<b>3 z 51</b> Strategie marketingu internetowego, 4 godz. dydaktyczne	Aleksander Serdiukow	19-10-2025	08:00	11:30	03:30
<b>4 z 51</b> Wprowadzenie do AI, automatyzacji oraz no-code, 4 godz. dydaktyczne	Kamil Porębiński	19-10-2025	12:40	16:10	03:30
<b>5 z 51</b> Strategie marketingu internetowego, 4 godz. dydaktyczne	Aleksander Serdiukow	08-11-2025	08:00	11:30	03:30
<b>6 z 51</b> Design Thinking, 4 godz. dydaktyczne	dr Joanna Świątoniowska	09-11-2025	08:00	11:30	03:30
<b>7 z 51</b> Wprowadzenie do AI, automatyzacji oraz no-code, 4 godz. dydaktyczne	Kamil Porębiński	09-11-2025	12:40	16:10	03:30
<b>8 z 51</b> Prawa autorskie i własność intelektualna w erze generatywnej AI, 4 godz. dydaktyczne	Kamil Hamelusz	22-11-2025	08:00	11:30	03:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>9 z 51</b> Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych, 4 godz. dydaktyczne	Elżbieta Chabko	22-11-2025	12:40	16:10	03:30
<b>10 z 51</b> Design Thinking, 4 godz. dydaktyczne	dr Joanna Świętoniowska	23-11-2025	08:00	11:30	03:30
<b>11 z 51</b> Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych, 4 godz. dydaktyczne	Elżbieta Chabko	23-11-2025	12:40	16:10	03:30
<b>12 z 51</b> Pozycjonowanie stron internetowych (SEO), 4 godz. dydaktyczne	dr Wojciech Szymański	06-12-2025	08:00	11:30	03:30
<b>13 z 51</b> Pozycjonowanie stron internetowych (SEO), 4 godz. dydaktyczne	dr Wojciech Szymański	06-12-2025	12:40	16:10	03:30
<b>14 z 51</b> Strategie marketingu internetowego, 4 godz. dydaktyczne	Aleksander Serdiukow	07-12-2025	08:00	11:30	03:30
<b>15 z 51</b> Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych, 4 godz. dydaktyczne. Zajęcia przeniesione z dnia 22.11.2025	Elżbieta Chabko	07-12-2025	12:40	16:10	03:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>16 z 51</b> Reklama w wyszukiwarkach: Google Ads (z przygotowaniem do egzaminu Google) oraz Microsoft Ads, 4 godz. dydaktyczne	Kamil Ziomek	10-01-2026	08:00	11:30	03:30
<b>17 z 51</b> Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google), 4 godz. dydaktyczne	Piotr Krzyśko	10-01-2026	12:40	16:10	03:30
<b>18 z 51</b> Reklama w wyszukiwarkach: Google Ads (z przygotowaniem do egzaminu Google) oraz Microsoft Ads, 4 godz. dydaktyczne	Kamil Ziomek	11-01-2026	08:00	11:30	03:30
<b>19 z 51</b> Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google), 4 godz. dydaktyczne	Piotr Krzyśko	11-01-2026	12:40	16:10	03:30
<b>20 z 51</b> Pozycjonowanie stron internetowych (SEO), 4 godz. dydaktyczne	dr Wojciech Szymański	18-01-2026	08:00	11:30	03:30
<b>21 z 51</b> Pozycjonowanie stron internetowych (SEO), 4 godz. dydaktyczne	dr Wojciech Szymański	18-01-2026	12:40	16:10	03:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>22 z 51</b> Reklama w wyszukiwarkach: Google Ads (z przygotowaniem do egzaminu Google) oraz Microsoft Ads, 4 godz. dydaktyczne	Kamil Ziomek	24-01-2026	08:00	11:30	03:30
<b>23 z 51</b> Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google), 4 godz. dydaktyczne	Piotr Krzyśko	24-01-2026	12:40	16:10	03:30
<b>24 z 51</b> Reklama w wyszukiwarkach: Google Ads (z przygotowaniem do egzaminu Google) oraz Microsoft Ads, 4 godz. dydaktyczne	Kamil Ziomek	25-01-2026	08:00	11:30	03:30
<b>25 z 51</b> Social selling, 4 godz. dydaktyczne	Bartek Ziemiański	25-01-2026	12:40	16:10	03:30
<b>26 z 51</b> Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google), 4 godz. dydaktyczne	Piotr Krzyśko	07-02-2026	08:00	11:30	03:30
<b>27 z 51</b> Social selling, 4 godz. dydaktyczne	Bartek Ziemiański	07-02-2026	12:40	16:10	03:30
<b>28 z 51</b> Content marketing, copywriting i netykieta wraz z wykorzystaniem AI, 6 godz. dydaktycznych	Paweł Szczyrek	28-02-2026	08:00	13:25	05:25

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>29 z 51</b> User Experience - badania i narzędzia, 2 godz. dydaktyczne	Bartłomiej Rogacewicz	28-02-2026	14:30	16:10	01:40
<b>30 z 51</b> Sukces w e-commerce strategii i tajemnice sprzedaży online, 4 godz. dydaktyczne	Tomasz Kwiatkowski	01-03-2026	08:00	11:30	03:30
<b>31 z 51</b> Generowanie obrazu i wideo poprzez AI, 4 godz. dydaktyczne	Krzysztof Wydro	01-03-2026	12:40	16:10	03:30
<b>32 z 51</b> Content marketing, copywriting i netykieta wraz z wykorzystaniem AI, 6 godz. dydaktycznych	Paweł Szczyrek	14-03-2026	08:00	13:25	05:25
<b>33 z 51</b> User Experience - badania i narzędzia, 2 godz. dydaktyczne	Bartłomiej Rogacewicz	14-03-2026	14:30	16:10	01:40
<b>34 z 51</b> Sukces w e-commerce strategii i tajemnice sprzedaży online, 2 godz. dydaktyczne	Tomasz Kwiatkowski	15-03-2026	08:00	09:40	01:40
<b>35 z 51</b> Sukces w e-commerce strategii i tajemnice sprzedaży online, 2 godz. dydaktyczne	Tomasz Kwiatkowski	15-03-2026	09:50	11:30	01:40

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>36 z 51</b> Generowanie obrazu i wideo poprzez AI, 4 godz. dydaktyczne	Krystian Wydro	15-03-2026	12:40	16:10	03:30
<b>37 z 51</b> Sukces w e-commerce strategii i tajemnice sprzedaży online, 4 godz. dydaktyczne	Tomasz Kwiatkowski	28-03-2026	08:00	11:30	03:30
<b>38 z 51</b> Tworzenie stron internetowych w oparciu o nocode oraz AI, 4 godz. dydaktyczne	Łukasz Grondecki	28-03-2026	12:40	16:10	03:30
<b>39 z 51</b> E-mail marketing, 4 godz. dydaktyczne	Filip Kłodawski	29-03-2026	08:00	11:30	03:30
<b>40 z 51</b> Programy lojalnościowe i afiliacyjne, 6 godz. dydaktycznych	Krystian Baran	11-04-2026	08:00	13:25	05:25
<b>41 z 51</b> E-mail marketing, 4 godz. dydaktyczne	Filip Kłodawski	18-04-2026	08:00	11:30	03:30
<b>42 z 51</b> Tworzenie stron internetowych w oparciu o nocode oraz AI, 4 godz. dydaktyczne	Łukasz Grondecki	18-04-2026	12:40	16:10	03:30
<b>43 z 51</b> E-mail marketing, 4 godz. dydaktyczne	Filip Kłodawski	19-04-2026	08:00	11:30	03:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
44 z 51 User Experience - badania i narzędzia, 4 godz. dydaktyczne	Bartłomiej Rogacewicz	19-04-2026	12:40	16:10	03:30
45 z 51 User Experience - badania i narzędzia, 4 godz. dydaktyczne	Bartłomiej Rogacewicz	09-05-2026	08:00	11:30	03:30
46 z 51 Tworzenie stron internetowych w oparciu o nocode oraz AI, 4 godz. dydaktyczne	Łukasz Grondecki	09-05-2026	12:40	16:10	03:30
47 z 51 Reklama RTB, 4 godz. dydaktyczne	Jakub Oleksy	10-05-2026	08:00	11:30	03:30
48 z 51 Reklama RTB, 4 godz. dydaktyczne	Jakub Oleksy	10-05-2026	12:40	16:10	03:30
49 z 51 User Experience - badania i narzędzia, 4 godz. dydaktyczne	Bartłomiej Rogacewicz	23-05-2026	08:00	11:30	03:30
50 z 51 Tworzenie stron internetowych w oparciu o nocode oraz AI, 4 godz. dydaktyczne	Łukasz Grondecki	23-05-2026	12:40	16:10	03:30
51 z 51 Walidacja - egzamin końcowy	-	30-06-2026	08:00	08:45	00:45

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	32,98 PLN
Koszt osobogodziny netto	32,98 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 19



1 z 19

### dr Wojciech Szymański

Kwalifikowany specjalista Google Advertising Professional. Autor audytów użyteczności oraz analiz biznesowych.

Prezes Zarządu agencji e-marketingowej i e-commerce Ideo Force Sp. z o.o. Łączy pracę zawodową stricte związaną z e-marketingiem i e-commerce z pasją dzielenia się wiedzą. Jest autorem wielu książek, artykułów oraz publikacji, w tym między innymi: „E-marketing. Planowanie, narzędzia, praktyka”, „Content marketing - współczesny poradnik po marketingu treści” czy „E-marketing – kompendium dla menadżerów”. Założyciel i Prezes Zarządu Agencji Od 2006 roku Kierownik Działu Promocji w Wyszukiwarkach w Ideo Sp. z o. o, gdzie oprócz koordynowania pracą zespołu przygotowywał strategie marketingowe, strategie e-PR oraz plany media relations z wykorzystaniem internetu, a zwłaszcza wyszukiwarek internetowych.

W latach 2019-2024 prowadził zajęcia dydaktyczne na studiach podyplomowych: Marketing internetowy, Menedżer e-commerce, MBA.



2 z 19

### Paweł Szczyrek

Wykładowca Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania oraz Wyższej Szkoły Ekonomii i Informatyki. Obowiązki dydaktyczne łączy z pracą w charakterze kierownika projektów marketingowych oraz Creative and content managera w agencji Ideo Force.

Projektant chatbotów oraz strategii marketingowych. Autor publikacji i szkoleń z zakresu e-marketingu, social mediów, komunikacji w sieci, a także narracji i literaturoznawstwa.

W jego dorobku dydaktycznym znajdują się zajęcia z przedmiotów takich jak: Content marketing i copywriting, Social media. Reklama i wideo, Marketing automation, Technologie internetowe, Analityka i narzędzia w digital marketingu, Google ads i Google Analytics, E-marketing. Prowadził projekty między innymi dla takich marek jak: DHL, CEVA Logistics, Uczelnia Techniczno-Handlowa.

Posiada praktyczne doświadczenie biznesowe, którym dzieli się z uczestnikami studiów podyplomowych.



3 z 19



## Arkadiusz Bazyłko

dwokat, prowadzi własną Kancelarię Adwokacką. Od 10 lat specjalizuje się w prawie zamówień publicznych oraz prawie nowych technologii (IT). Doradza wykonawcom aktywnie uczestniczącym na rynku publicznym. Zajmuje się sporządzaniem środków odwoławczych do Krajowej Izby Odwoławczej oraz Sądu Okręgowego w Warszawie. Stały współpracownik Asseco Poland S.A. Świadczy także kompleksowe usługi prawne przedsiębiorcom działającym w różnych branżach.

Absolwent Prawa (Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Rzeszowskiego), Ekonomii (Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie), Europejskiego Prawa Biznesowego, (University of Abertay Dundee – Szkocja) oraz studiów podyplomowych z Doradztwa Podatkowego (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie) i Prawa Nowoczesnych Technologii (Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie).

Prowadzi zajęcia dydaktyczne na studiach podyplomowych.



4 z 19

## dr Joanna Świętoniowska

Doktor nauk społecznych z zakresu nauki o zarządzaniu i jakości, 2019 rok.

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.

W latach 2019-2024 prowadziła zajęcia dydaktyczne na studiach podyplomowych: Zarządzanie projektami, MBA, Menedżer logistyki.



5 z 19

## Jakub Oleksy

Praktyk marketingu z ponad 18-letnim, zróżnicowanym doświadczeniem w zakresie rozwoju biznesu, sprzedaży i product design dla wielu znanych firm, m.in: GaduGadu, Grand Parade, Sparc Media, Edenred, Photon. Specjalizuje się w marketingu cyfrowym i strategii sprzedażowej oraz marketingowej, w tym zarządzaniu i wdrażaniu platform programmatic oraz systemach automatyzacji marketingu. Znawca branż: AdTech, MarTech, EdTech i eCommerce.

Swoje doświadczenie zbierał na całym świecie, pracując m.in. w Danii, Wielkiej Brytanii, Australii, Francji, Niemczech i Ukrainie. Wykładowca, mentor, konsultant i wolontariusz. Z wykształcenia muzyk, filolog, marketingowiec i PM.

W ostatnich pięciu latach prowadził zajęcia dydaktyczne na studiach podyplomowych.



6 z 19

## Bartłomiej Rogacewicz

Menedżer IT. Specjalizuje się w analizie, projektowaniu, wdrażaniu i badaniu aplikacji komercyjnych w sektorze prywatnym.

Pracuje w roli dyrektora kreatywnego, menedżera zespołu produktowego lub konsultanta. Ma bogate doświadczenie w zakresie Product Design dzięki wieloletniej współpracy z zagranicznymi klientami i korporacjami. Skupiony na budowie interdyscyplinarnych zespołów składających się z programistów, projektantów i analityków. W swojej pracy czerpie z badań i analizy danych. W ostatnich 5 latach prowadził zajęcia na studiach podyplomowych jako praktyk biznesu posiadający wymagane doświadczenie praktyczne.



7 z 19

## Daria Chernushych

Jest Managerem E-Commerce i Marketingu z ponad 9-letnim doświadczeniem w handlu elektronicznym i marketingu cyfrowym. Specjalizuje się w tworzeniu i wdrażaniu strategii sprzedaży online, optymalizacji doświadczeń zakupowych (UX/CX) oraz zwiększaniu konwersji w kanałach e-commerce. Prowadzi projekty w modelu omnichannel, rozwija sprzedaż na marketplace'ach i dba o skuteczną strategię SEO. Analizuje efekty kampanii, wymyśla kreatywne koncepcje, kreacje, które realnie przekładają się na wyniki sprzedaży.

Łączy kompetencje analityczne z kreatywnością - od projektowania efektywnych działań digitalowych po wdrażanie innowacyjnych rozwiązań technologicznych.



8 z 19

## Aleksander Serdiukow

Strategic Planner w Agencji Influencer Marketingu DDOB. Wcześniejsze doświadczenie z zakresu zarządzania różnymi markami z rynków FMCG obecnie rozwija po stronie agencji jako strateg.

W swojej pracy stara się wykorzystywać wiedzę teoretyczną jak i praktyczną weryfikując z aktualną wiedzą naukową z zakresu ekonomii, psychologii i teorii marketingu.



9 z 19

## Bartek Ziemiański

Specjalista w dziedzinie LinkedIn. Jego wiedza i umiejętności wpływają na wzrost zasięgu treści marketingowych i produktowych, co ma kluczowe znaczenie dla zwiększenia ilości kandydatów w procesie rekrutacji oraz dla pozytywnego wizerunku firmy.

Specjalizuje się w szkoleniach i wdrożeniach programów Social Selling i Employee Advocacy, których celem jest zwiększenie zaangażowania w komunikację poprzez social media, zwłaszcza na platformie LinkedIn, na której potencjalni kandydaci i klienci szukają informacji o firmie. Realizuje projekty dla renomowanych firm, takich jak Allegro, Mastercard, Orange, Asseco, E.ON, Pekao, Ford.



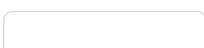
10 z 19

## Elżbieta Chabko

Specjalistka Social Media w Ideo Force. Jej pasja do komunikacji i marketingu w mediach społecznościowych trwa już kilka lat. Pozwoliło jej to zdobyć szeroką wiedzę i umiejętności w tym obszarze.

Wykorzystując swoje doświadczenie w pracy z grafiką tworzy atrakcyjne treści multimedialne i wpisy, tak aby przyciągać uwagę i skutecznie angażować społeczność online. Uważa, że znakomite rezultaty w budowaniu społeczności i wzmacnianiu marki w mediach społecznościowych są wynikiem dwóch rzeczy. Po pierwsze umiejętności tworzenia kreatywnych treści dostosowanych pod kątem różnych platform. Po drugie ukierunkowania przekazu w stronę konkretnych potrzeb odbiorców.

Opracowuje kompleksowe strategie, plany, harmonogramy publikacji. Prowadzi analizy stron w mediach społecznościowych. Jest również autorką kompleksowych szkoleń z zakresu social media. Wykorzystując swoją wiedzę i doświadczenie przekazuje na szkoleniach cenne informacje i praktyczne umiejętności tym, którzy chcą rozwijać swoje kompetencje w mediach społecznościowych



11 z 19



## Kamil Porębiński

Architekt systemowy, administrator systemów Linux oraz założyciel firmy hostingowej Thecamels. Od wielu lat aktywnie działa w środowisku e-commerce, SEO i SEM, start-upowym i biznesowym.

Wspiera freelancerów i duże firmy z zakresu projektowania i zarządzania systemami o wysokiej dostępności, zarządzania projektami i procesami oraz dostosowywania produktów do potrzeb nowoczesnych i świadomych klientów.

Prowadzi szkolenia, audyty i konsultacje z zakresu bezpieczeństwa internetowego, zarządzania projektami, zarządzania Agile, tworzenia systemów o wysokiej dostępności.



12 z 19

## Kamil Ziomek

Online Advertising Specialist, Team Leader w Ideo Force

Specjalista ds. płatnych kampanii reklamowych w internecie. Ekspert w zakresie wdrażania działań PPC (Pay Per Click) przy wykorzystaniu systemów reklamowych takich jak np. Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads. Specjalizuje się również w analityce internetowej, określając skuteczność prowadzonych działań e-marketingowych. Dodatkowo zajmuje się przygotowaniem kompleksowych audytów kont reklamowych.

W branży działa od 2015 roku. Realizuje działania reklamowe dla wielu polskich i zagranicznych firm m.in.: Wolters Kluwer Polska, Cobi, CEWE, Jansen Display. Absolwent Wyższej Szkoły Prawa i Administracji w Rzeszowie, obecnie wykładowca w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie.



13 z 19

## Piotr Krzyśko

Absolwent Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie na kierunku Informatyka.

Specjalista w obszarze SEO oraz analityki internetowej z wieloletnim doświadczeniem w branży.

Na co dzień zajmuje się pozycjonowaniem stron, sklepów internetowych oraz wdrażaniem narzędzi analitycznych, a także przeprowadzaniem analiz i wizualizacją danych. Autor branżowych artykułów z dziedziny marketingu. Prowadzi szkolenia z obszaru SEO oraz analityki internetowej. Miłośnik technicznego SEO, a także programowania ukierunkowanego na analizę i wizualizację danych.



14 z 19

## Kamil Hamelusz

Adwokat i doświadczony negocjator. Absolwent Wydziału Prawa Uniwersytetu Warszawskiego oraz Center for American Law Studies na Uniwersytecie Warszawskim. Doświadczenie zawodowe zdobywał w warszawskich kancelariach prawniczych. Od tego czasu nieustannie związany z sektorem nowoczesnych technologii. Pomysłodawca i organizator kursu „Prawo sztucznej inteligencji dla Biznesu z Elephant AI”.

Specjalizuje się w doradztwie związanym z nowoczesnymi technologiami, w ostatnim czasie jego aktywność zawodowa skupia się na zagadnieniach prawnych związanych ze sztuczną inteligencją. Dodatkowo zajmuje się prawem umów, własności intelektualnej, w tym umów IT oraz obszarem ochrony danych osobowych.

Obecnie kieruje praktyką Prawa bankowego i regulacyjnego w ramach biura prawnego Asseco Poland S.A. Członek interdyscyplinarnego zespołu Asseco AI Team. Wykładowca na wydziale MIMUW Uniwersytetu Warszawskiego. Współtwórca publikacji z zakresu prawa autorskiego oraz ochrony danych osobowych.

15 z 19

## Filip Kłodawski



Co-owner & Project Manager w agencji e-mail marketingowej Animails.

Pasjonat e-maili, mailingów i newsletterów. Od 2010 zaprojektował setki mailingów, posegmentował kilka milionów subskrybentów, opisał kilkanaście case study i wywalczył parę nagród. Autor książki E-mail marketing oswojony.



16 z 19

## Krystian Wydro

AI Creative Director i założyciel studia OtterMind z 20-letnim doświadczeniem w branży reklamowej. Przez lata tworzył projekty graficzne i animacje dla czołowych marek, takich jak Adidas, Kross czy PKO BP, realizując kampanie zarówno na rynku polskim jak i międzynarodowym. Specjalizuje się we wdrażaniu projektów wykorzystujących sztuczną inteligencję, optymalizację procesów oraz zarządzanie zmianą. Realizuje produkcje reklamowe i filmowe z wykorzystaniem sztucznej inteligencji w procesie od konceptu przez scenariusz do finalnej realizacji.

Prowadził szkolenia z wykorzystania AI w kreacji dla m.in. Ringier Axel Springer Polska, Danone, Narodowy Instytut Muzyki i Tańca. Stworzył kursy szkoleniowe dla Campus AI, Google i SGH. Należy do grupy roboczej IAB AI oraz Rady Programowej DIMAQ AI, gdzie odpowiada za część wideo w certyfikacji. Należy do programu Luma AI Creative Partner – społeczności współpracującej z twórcami modelu AI do generowania wideo, co daje dostęp do najnowszych narzędzi oraz możliwość wymiany doświadczeń z wiodącymi ekspertami na świecie.

W ramach grupy filmowej AI – Nagana.io – specjalizuje się w produkcji filmowej z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, gdzie łączy klasyczne techniki filmowe z innowacyjnymi rozwiązaniami AI. Posiada certyfikaty „Zarządzania zmianą” APMG, Generative AI Fundamentals by Google i wiele innych. Odbił też liczne szkolenia dotyczące prowadzenia zespołu oraz komunikacji.



17 z 19

## Krystian Baran

Posiada ponad 10-letnie doświadczenie w zarządzaniu projektami IT dla klientów z Polski i zagranicy. Specjalizuje się w analizie biznesowej i technicznej oraz dostarczaniu rozwiązań z zakresu programów lojalnościowych, systemów B2B i systemów dedykowanych. Aktywnie uczestniczył w tworzeniu od podstaw infrastruktury i narzędzi do wdrażania programów lojalnościowych oferowanych przez Motivation Direct. Kierował wdrożeniami przygotowanych rozwiązań w ponad 10 krajach w Europie i za granicą. Posiada praktyczne doświadczenie w zarządzaniu kilkoma projektami jednocześnie oraz zarządzaniu zespołami realizującymi projekty IT. Posiadane doświadczenie jest poparte wiedzą teoretyczną potwierdzoną certyfikatami takimi jak PRINCE2, SCRUM, IPMA, Agile Project Management.



18 z 19

## Łukasz Grondecki

Jako Fullstack UI/UX Designer z ponad 15-letnim doświadczeniem, specjalizuje się w tworzeniu intuicyjnych interfejsów użytkownika oraz prototypowaniu przy użyciu narzędzi takich jak Figma i Framer. W swoim podejściu łączy estetykę z funkcjonalnością, dostarczając skalowalne i angażujące rozwiązania wizualne. W Prodensus wspiera zespoły w optymalizacji procesów logistycznych, projektując platformy, które usprawniają zarządzanie łańcuchem dostaw i obniżają koszty dzięki zastosowaniu rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji.

Dzięki doświadczeniu zdobytemu w projektach takich jak RATE Mate czy Data Mate, koncentruje się na dostarczaniu rozwiązań, które odpowiadają na kluczowe potrzeby użytkowników i biznesu.

Pracując z różnorodnymi interesariuszami, dąży do tworzenia produktów, które łączą innowacyjność z doskonałym doświadczeniem użytkownika.



19 z 19



## Tomasz Kwiatkowski

Z branżą e-marketingu zawodowo związany od 2014 roku. W tym czasie miał do czynienia z wieloma projektami e-commerce, zwiększając współczynnik konwersji, niezależnie od branży, kanałów sprzedażowych, ilości użytkowników oraz ich doświadczeń zakupowych. Na co dzień zajmuje się między innymi planowaniem i wdrażaniem kompleksowych strategii e-marketingowych. Prowadzi rozbudowane strategie Marketing Automation oraz realizuje działania mające na celu nawiązywanie długotrwałych relacji z Klientami za pośrednictwem kanału e-mail. Nadzoruje działania we współpracy ze znanymi influencerami oraz jest odpowiedzialny za przygotowanie cykliów dedykowanych filmów instruktażowo-promocyjnych dla dużych klientów w branży automotive. Specjalizuje się w rozwoju sklepów internetowych oraz ich optymalizacją pod kątem UX, w oparciu o testy A/B oraz analizę doświadczeń zakupowych Klientów. Planuje działania dla modeli CPS i CPL, tworzy i egzekwuje kampanie promocyjne, rabatowe i voucherowe w oparciu o analitykę danych.

Od kilku lat prowadzi wykłady na kilkunastu przedmiotach na uczelniach wyższych z obszaru e-marketingu oraz e-commerce. Nominowany przez Izbę Gospodarki Elektronicznej w konkursie Dyrektor E-commerce Roku.

# 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. Słuchacze 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 BUR nie gwarantuje miejsca w grupie.

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.

Aby ukończyć studia podyplomowe wymagany jest udział w co najmniej 80% zajęć (zgodnie z regulaminem). Udział w zajęciach potwierdzany jest na liście obecności generowanej z platformy szkoleniowej (Cisco Webex) z widoczną godziną zalogowania i wylogowania z zajęć.

Uczelnia weryfikuje udział słuchaczy w zajęciach. W przypadku przekroczenia 20% nieobecności nieusprawiedliwionej słuchacz jest skreślany z listy uczestników.

## Informacje dodatkowe

Zajęcia odbywają się w soboty-niedziele co 2 tygodnie po około 6-8h lekcyjnych każdego dnia w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Zajęcia zdalne realizowane są z wykorzystaniem platformy Cisco Webex. Zajęcia dydaktyczne realizowane są w blokach kilkugodzinnych. Każdy blok zajęć zawiera określoną liczbę godzin dydaktycznych (45 minut) i przerwy.

Harmonogram zajęć zostanie wprowadzony do BUR na co najmniej 6 dni przed terminem rozpoczęcia usługi. Kadra prowadząca zajęcia zostanie zaktualizowana na tydzień przed pierwszymi zajęciami.

Usługa jest zwolniona z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 26b ustawa o podatku VAT.

Kody dostępowe będą sukcesywnie wprowadzane przed każdymi zajęciami online.

# 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)

Linki do zajęć zdalnych będą sukcesywnie zamieszczane w karcie usługi na 2-3 dni przed każdymi zajęciami oraz przesyłane do Operatora (jeśli jest taki wymóg). Platforma Cisco Webex do każdego zajęcia generuje unikalne kody dostępowe.

## Kontakt



**Marta Cisek-Babiarz**

**E-mail** [csp@wsiz.edu.pl](mailto:csp@wsiz.edu.pl)

**Telefon** (+48) 17 8661 517