Możliwość dofinansowania

Studia podyplomowe - Menedżer e-commerce

Numer usługi 2025/12/04/180566/3192038

3 800,00 PLN brutto
3 800,00 PLN netto
20,00 PLN brutto/h
20,00 PLN netto/h

PODKARPACKA SZKOŁA WYŻSZA IM.BŁ.KS.WŁADYSŁAWA FINDYSZA W JAŚLE

Brak ocen dla tego dostawcy

- zdalna w czasie rzeczywistym
- Studia podyplomowe
- 190 h
- 05.03.2026 do 26.02.2027

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Studia skierowane są do kadry zarządzającej oraz specjalistów, którzy chcą profesjonalnie zarządzać sprzedażą w Internecie. Ofertę dedykujemy w szczególności: • **Właścicielom firm i przedsiębiorcom**, planującym przeniesienie biznesu do sieci lub skalowanie obecnej sprzedaży online. • **Dyrektorom handlowym i menedżerom marketingu**, odpowiedzialnym za rozwój kanałów sprzedaży i strategie omnichannel. • **Pracownikom działów sprzedaży i obsługi klienta**, którzy chcą awansować na stanowiska menedżerskie w sektorze e-commerce. • **Osobom odpowiedzialnym za rozwój produktu**, logistykę e-commerce oraz wdrażanie innowacji w firmie. Program dostosowano do potrzeb osób aktywnych zawodowo, pozwalając na zdobycie kompetencji niezbędnych do nadzorowania procesów biznesowych w środowisku cyfrowym.
Minimalna liczba uczestników	15
Maksymalna liczba uczestników	35
Data zakończenia rekrutacji	03-03-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	190
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 2024 r. poz. 1571, z późn. zm.)

Cel

Cel edukacyjny

Celem jest przygotowanie do pełnienia roli Menedżera E-commerce. Uczestnik zdobędzie kompetencje do zarządzania sklepem internetowym i transformacją cyfrową firmy. Nauczy się projektować strategie sprzedaży online, budować trwałe relacje z klientami oraz wdrażać innowacje technologiczne. Absolwent nabędzie umiejętności analityczne niezbędne do optymalizacji procesów, zwiększania konwersji i skutecznego prowadzenia biznesu w gospodarce cyfrowej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje kluczowe modele biznesowe e-commerce (B2B, B2C, D2C). Rozumie specyfikę kanałów sprzedaży cyfrowej. Zna podstawową terminologię branżową.	Wymienia różnice między modelem B2B a B2C. Charakteryzuje etapy procesu sprzedażowego online.	Test teoretyczny
Analizuje trendy rynkowe i zachowania konsumentów. Identyfikuje konkurencję i kluczowych graczy na rynku. Rozumie otoczenie prawne handlu w sieci.	Opisuje aktualne trendy w polskim i światowym e-commerce. Wskazuje regulacje prawne istotne dla e-sklepu (Omnibus, RODO).	Test teoretyczny
Opracowuje kompleksowy biznesplan przedsięwzięcia e-commerce. Planuje budżet, przychody i koszty (P&L). Ocenia opłacalność inwestycji i ryzyka.	Przygotowuje strukturę przychodów i kosztów. Sporządza analizę SWOT dla nowego sklepu. Prezentuje założenia modelu biznesowego.	Analiza dowodów i deklaracji
Dobiera platformy sprzedaży (własny sklep vs Marketplace). Zarządza polityką asortymentową i dostępnością towarów. Optymalizuje procesy zakupowe (checkout).	Porównuje wady i zalety sprzedaży na Allegro/Amazon vs własny sklep. Projektuje ścieżkę zakupową klienta.	Wywiad swobodny
Tworzy strategię marketingową 360 stopni dla e-sklepu. Dobiera kanały dotarcia (SEM, SEO, Social Ads). Zarządza budżetem promocyjnym.	Opracowuje media plan dla kampanii startowej. Wskazuje wskaźniki (KPI) do mierzenia efektywności promocji.	Prezentacja
Projektuje strukturę organizacyjną działu e-commerce. Rekrutuje specjalistów i deleguje zadania. Motywuje zespół i rozlicza z wyników.	Określa kluczowe kompetencje na stanowiskach w e-commerce. Wyznacza cele (KPI) dla członków zespołu.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Interpretuje dane z narzędzi analitycznych (np. GA4) w celu optymalizacji konwersji. Diagnozuje błędy użyteczności sklepu. Dba o Customer Experience (CX).	Wskazuje miejsca "ucieczki" klientów w lejku sprzedażowym. Proponuje zmiany w UX na podstawie danych. Oblicza współczynnik konwersji.	Analiza dowodów i deklaracji
Nadzoruje działania reklamowe w mediach społecznościowych. Ocenia kreacje reklamowe i ich skuteczność sprzedażową. Buduje wizerunek marki w social media.	Weryfikuje poprawność ustawień grupy docelowej w kampanii. Ocenia zwrot z nakładów na reklamę (ROAS) w social media.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Projektuje scenariusze Marketing Automation (np. porzucone koszyki). Buduje strategię komunikacji newsletterowej. Dba o retencję klientów (LTV).	Opracowuje sekwencję maili ratujących porzucony koszyk. Projektuje proces segmentacji bazy klientów.	Analiza dowodów i deklaracji
Wykorzystuje narzędzia AI do generowania opisów produktów i grafik. Automatyzuje proces tworzenia treści. Nadzoruje jakość contentu tworzonego przez AI.	Generuje opisy produktowe przy użyciu AI zgodne z SEO. Tworzy prompty do generowania grafik reklamowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Projektuje proste automatyzacje procesów (np. fakturowanie, powiadomienia). Łączy różne aplikacje biznesowe bez udziału programistów. Zwiększa efektywność operacyjną.	Buduje scenariusz automatyzacji (np. w Make/Zapier). Integruje formularz zamówienia z arkuszem lub komunikatorem.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Rozumie mechanizmy silników rekomendacji. Projektuje spersonalizowaną ofertę dla segmentów klientów. Zwiększa wartość koszyka poprzez personalizację.	Proponuje metody personalizacji strony głównej sklepu. Wskazuje dane potrzebne do wdrożenia hiperpersonalizacji.	Test teoretyczny
Projektuje mechanizmy lojalnościowe oparte o grywalizację. Angażuje klientów poprzez systemy punktowe i wyzwania. Zwiększa częstotliwość zakupów.	Opracowuje koncepcję programu lojalnościowego. Wymienia elementy grywalizacji wspierające sprzedaż.	Prezentacja
Planuje współpracę z influencerami wspierającą sprzedaż. Rozumie działanie algorytmów cross-selling i up-selling. Mierzy efektywność działań influencerskich.	Dobiera influencera do specyfiki produktu. Projektuje mechanizm cross-sellingu w karcie produktu.	Wywiad swobodny
Stosuje narzędzia do monitoringu cen konkurencji (repricing). Zarządza marżą w zależności od popytu. Reaguje na zmiany rynkowe polityką cenową.	Oblicza wpływ obniżki ceny na marżowość. Wyjaśnia zasady dynamicznego ustalania cen (dynamic pricing).	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje Unikalną Propozycję Wartości (USP). Analizuje cykl życia produktu technologicznego. Pozycjonuje produkt na rynku e-commerce.	Opracowuje Value Proposition Canvas dla wybranego produktu. Wskazuje wyróżniki oferty na tle konkurencji.	Prezentacja

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

Wprowadzenie do sprzedaży oraz podstawy sprzedaży elektronicznej,

Charakterystyka branży e-commerce,

Biznesplan sklepu internetowego,

Sprzedaż internetowa,

Promocja e-commerce

Tworzenie i zarządzanie zespołem e-commerce,

Analityka oraz zarządzanie doświadczeniem użytkownika,

Promocja e-commerce poprzez social media,

Strategie e-mailingowe w e-commerce,

Wykorzystywanie AI do produkcji contentu na potrzeby ecommerce,

Automatyzacja no-code,

Personalizacja i hiperpersonalizacja w e-commerce,

Zastosowanie gier i grywalizacja w e-commerce,

Systemy rekomendacji i influencerzy w e-commerce

Dynamiczne strategie cenowe,

Tworzenie wartości produktów i usług technologicznych

Łączna ilość godzin: 190 godzin dydaktycznych (godzina dydaktyczna trwa 45 minut). Zajęcia na studiach prowadzone są w formie ćwiczeń oraz wykładów.

Przerwy w zajęciach nie wliczają się do godzin dydaktycznych. Przerwę ustala i komunikuje wykładowca.

Walidacja: słuchacz studiów podyplomowych uzyskuje zaliczenie lub ocenę po zakończeniu każdego przedmiotu. Po zakończeniu zajęć dydaktycznych, uzyskaniu zaliczeń z wszystkich przedmiotów dopuszczany jest do egzaminu końcowego. Po pozytywnym zdaniu egzaminu końcowego uzyskuje świadectwo ukończenia studiów podyplomowych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

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

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	20,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	20,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy student otrzyma:

- **Konto pocztowe o pojemności 50Gb.**
- **Chmurę OneDrive o pojemności 1Tb w której może przetrzymywać dowolne pliki np. materiały do zajęć czy różne projekty.**
- **Dostęp do aplikacji Word, Excel, Power Point w przeglądarce - dzięki zastosowaniu Chmury OneDrive studenci mogą wspólnie wykonywać prace grupową.**

Warunki uczestnictwa

Wykształcenie wyższe (co najmniej licencjat/inżynier)

– wymagane do podjęcia studiów podyplomowych.

Złożenie kompletu wymaganych dokumentów,

- - Formularz rekrutacyjny (dostępny w punkcie rekrutacyjnym - czyli dziekanacie PSW lub Internecie na stronie ww.psw.jaslo.pl),
  - odpis dyplomu ukończenia studiów wyższych lub oryginalny dyplom. W przypadku ukończenia uczelni wyższej za granicą kandydat składa oryginał dyplomu oraz jego tłumaczenie na język polski potwierdzony przez upoważnione instytucje, a także dokument potwierdzający nostryfikacje dyplomu lub zaświadczenie o zwolnieniu z postępowania nostryfikacyjnego,
  - dowód wpłaty czesnego i wpisowego

Opłata za udział w studiach

– zgodnie z cennikiem uczelni (z możliwością dofinansowania z BUR, jeśli uczestnik spełnia kryteria).

Aktywne uczestnictwo w zajęciach i zaliczenie końcowych form sprawdzających

Informacje dodatkowe

Atuty kierunku Menedżer E-commerce:

- **Kadra Praktyków:** Nasi wykładowcy to aktywni specjaliści z branży, którzy dzielą się realnym doświadczeniem biznesowym, a nie tylko teorią.
- **Dla pracujących:** Organizacja studiów jest w pełni dostosowana do potrzeb osób pracujących, umożliwiając godzenie rozwoju kompetencji z karierą zawodową.
- **Case Studies:** Nauka oparta na analizie rzeczywistych przypadków rynkowych i warsztatach.

Warunki techniczne

- Uczestnicy muszą posiadać **stabilne łącze internetowe** o minimalnej prędkości 10 Mbps.
- Wymagany jest **komputer, laptop, tablet lub smartfon** z dostępem do kamery i mikrofonu.
- Zalecane jest korzystanie z najnowszej wersji przeglądarki internetowej (np. Chrome, Firefox, Edge).
- Zajęcia prowadzone są na platformie Teams
- Platforma e-learningowa zapewnia **dostęp do uczestnictwa w zajęciach na żywo** oraz konsultacji z wykładowcami.
- Wymagane jest przestrzeganie zasad etykiety online oraz aktywny udział w zajęciach.

Kontakt

MONIKA BAJ

E-mail mbaj@psw.jaslo.pl
Telefon (+48) 535 754 014