

E-commerce (studia online)

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry

Opis kierunku

Studia w formule online (synchronicznie), bez względu na sytuację pandemiczną.

Nową wiedzę i umiejętności zdobywasz, dzięki zajęciom realizowanym na platformie MS Teams. Z wykładowcami i uczestnikami studiów kontaktujesz się przez internet, w czasie rzeczywistym (synchronicznie). W zajęciach uczestniczysz w weekendy, zgodnie z ustalonym harmonogramem zjazdów.

Lata 2020–2023 pokazały, że sprzedaż internetowa rozwija się w bardzo szybkim tempie. Prognozy pokazują, że ten trend utrzyma się przez najbliższe lata. Dlatego tak ważne jest istnienie marki w Internecie. Na tych studiach nauczysz się, jak z sukcesem sprzedawać online. Kierunek E-commerce jest skierowany do osób, które chcą rozwinąć lub przenieść swój biznes do Internetu.

Kierunek e-commerce jest kierunkiem realizowanym w 100% online. Podczas 9 miesięcy nauki, słuchacze zdobędą praktyczne umiejętności sprzedaży i rozwoju marki w Internecie. Układając program studiów, wyszliśmy z założenia, że posiadanie dobrego produktu czy usługi to tylko część sukcesu. Obecność marki w Internecie, to szansa na sprzedaż naszych produktów i usług.

Cel studiów

Podczas 9 miesięcy nauki słuchacze zdobędą praktyczne umiejętności sprzedaży i rozwoju marki w internecie. Studia nauczą słuchaczy, jak z sukcesem sprzedawać online, docierać do klientów, pokażą, jakie są zagrożenia i możliwości tej formy biznesu. Warsztaty prowadzone są przez praktyków, którzy w e-commerce mają olbrzymie doświadczenie,

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między łódz a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

które zdobyli popełniając błędy, przed którymi uchronią słuchaczy tego kierunku. Podczas studiów testowanych będzie wiele narzędzi, więc każdy będzie mógł z łatwością dopasować rozwiązania do własnego biznesu.

Korzyści

Będziesz na bieżąco z trendami sprzedażowymi rynku e-commerce

Dowiesz się co zrobić, krok po kroku, by stworzyć własny biznes online

Poznasz skuteczne narzędzia do promowania własnej sprzedaży internetowej i zaistnienia w sieci

Zdobędziesz umiejętność zbudowania silnej marki online

Zobaczysz możliwości i zagrożenia wynikające z działania na tym rynku

Będziesz uczestniczyć w zajęciach prowadzonych przez doświadczonych ekspertów znających i tworzących firmy na rynku e-commerce

Będziesz uczestniczyć w zajęciach prowadzonych online, więc nie tracisz czasu na dojazdy na zajęcia.

Dla kogo?

specjaliści ds. sprzedaży

specjaliści ds. sprzedaży internetowej

specjaliści ds. e-commerce

pracownicy agencji PR

specjaliści ds. rozwoju rynków

specjaliści ds. marketingu internetowego

właściciele firm

menedżerowie

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku **E-commerce**.



Liczba miesięcy nauki:
9



Liczba godzin: **171**



Liczba zjazdów: **10**



Liczba semestrów: **2**

Wprowadzenie do e-commerce i geneza rozwoju marki w Internecie (18 godz.)

Wizerunek firmy w sieci

Różnice między handlem tradycyjnym a e-commerce

Psychologia zachowań klienta w e-commerce

Ewolucja e-biznesu oraz współczesne trendy w e-commerce wywołane czynnikami zewnętrznymi

Rodzaje sprzedaży w e-commerce (B2B, B2C, C2C)

Rola urządzeń mobilnych w e-commerce

Strategie sprzedażowe w e-commerce (9 godz.)

Prezentacja modeli sprzedażowych w e-commerce

Omówienie wielkości rynków e-commerce, kluczowych technologii, które będą decydowały o trendach rozwojowych

Retail e-commerce, DTC e-commerce, DNVB e-commerce - omówienie modeli ze wskazaniem na obszary: wejściowe poziomy konwersji, źródła pozyskiwania ruchu, kompetencje zespołu

Efektywne określanie KPI's (Key Performance Indicators) w strategii sprzedaży online

E-usługi z punktu widzenia e-commerce (18 godz.)

Strony internetowe jako narzędzie marketingu i e-commerce - przykłady platform przyjaznych e-commerce; omówienie środowisk takich jak eMarket, Wordpress (WooCommerce) oraz innych (open source, SaaS, dedicated)

Dokonywanie sprzedaży za pomocą poczty elektronicznej – e-mail, Newsletter, vouchery, reklama i inne

E-konsument - Planowanie user experience w sklepie internetowym

Lejek zakupowy w e-commerce z punktu widzenia e-konsumenta – etapy procesu zakupowego w sklepie internetowym

SEO w e-commerce i rozwoju e-biznesu (9 godz.)

Rola pozycjonowania biznesu w Internecie w kontekście sprzedażowym

Rola SEO w kontekście świadomości marki

Onsite i offsite SEO – techniczne aspekty optymalizacji wizerunku biznesu w internecie - Meta Description, Meta Keywords i inne

Narzędzia w SEO dla e-commerce – przykładowe platformy. Pozycjonowanie oraz istota efektywnego rozwoju bloga w e-commerce

Strategia i istota pozyskiwania linków w e-commerce

Techniki budowy treści w oparciu o korelację w wynikach organicznych

Pozyskiwanie ruchu do e-commerce z wyszukiwarki YouTube

Lejek sprzedażowy z SEO i priorytetyzacja w pozyskiwaniu ruchu do strony głównej, widoków kategorii i produktów

GOOGLE ADWORDS (GOOGLE ADS) – REKLAMA PAY PER CLICK (18 godz.)

Geneza reklamy PPC w silnikach wyszukiwania oraz istota efektywnego wykorzystania danych

Spektrum zastosowań reklamy PPC i jej funkcjonalność

Charakterystyka największych platform PPC oraz efektywny wybór strategii marketingowej

Zasady funkcjonowania kampanii reklamowych w systemie PPC

Efektywne kierunkowanie reklamy PPC w zależności od celu kampanii. Struktura kampanii reklamowych w systemie PPC w zależności od potrzeb klienta

Kluczowe umiejętności w budowaniu kampanii PPC

Efektywne obieranie celów w reklamie PPC – Digital KPI's

Narzędzia do budowy i analizy efektywności kampanii marketingowych w systemie PPC

Procesy logistyczne w e-commerce – efektywne zarządzanie e-biznesem (18 godz.)

Ryzyka zakłóceń procesów logistycznych w e-commerce

Automatyzacja i innowacja w procesach logistycznych e-commerce – modelowanie łańcucha dostaw oraz optymalizacja WMS (magazynowy system informatyczny)

Sposoby mierzenia efektywności procesów w logistyce e-commerce

Rynek operatorów logistycznych w Polsce oraz możliwości współpracy

Warianty umowne współpracy z operatorem logistycznym

Ryzyka i korzyści ze współpracy z operatorem logistycznym

Problematyka oraz ryzyko w logistyce zwrotów w e-commerce

Optymalizacja i automatyzacja procesu zwrotów w e-commerce

Kalkulacja kosztów procesowania zwrotów

Analiza rynku i konkurencji w e-biznesie (9 godz.)

Strategia analizy rynku w zależności od branży

Znaczenie danych w analizie rynku i planowaniu rozwoju biznesu online

Pięcioetapowa analiza konkurencji w e-commerce

Analiza, identyfikacja oraz interpretacja zebranych danych z punktu widzenia strategii rozwoju Twojego biznesu online

PR w Marketingu Internetowym – Kreowanie Wizerunku Marki w Sieci (54 godz.)

Budowanie silnej marki i efektywnej strategii komunikacji online

Copywriting Sprzedażowy i Storytelling w e-commerce, czyli treści które sprzedają
Rola mediów społecznościowych w budowaniu silnej marki online
Analiza danych na potrzeby e-commerce z perspektywy kreowania wizerunku online
Umiejętność planowania, organizowania i realizowania działań z zakresu marketingu internetowego, a także dokonywania oceny ich skuteczności
Marketing a etyka i moralność

Aspekty prawne w e-commerce (9 godz.)

RODO
Polskie i europejskie regulacje prawne
Prawa autorskie
Ochrona wizerunku
Regulamin sklepu internetowego

Wprowadzenie do AI w e-commerce (9 godz.)

Podstawowe pojęcia sztucznej inteligencji i jej roli w handlu elektronicznym. Przegląd różnych zastosowań AI w e-commerce, takich jak personalizacja, analiza danych klienta i automatyzacja obsługi klienta.

Rozumienie danych w e-commerce za pomocą AI: Podstawy gromadzenia i analizy danych w e-commerce. Jak AI pomaga w przetwarzaniu dużych ilości danych, identyfikowaniu wzorców zakupowych i dostarczaniu wglądów, które mogą pomóc w podejmowaniu lepszych decyzji biznesowych.

SEO w e-commerce z wykorzystaniem AI: Wprowadzenie do optymalizacji dla wyszukiwarek internetowych (SEO) i roli AI w automatyzacji analizy słów kluczowych, optymalizacji treści i monitoringu wyników SEO. Jak początkujący mogą wykorzystywać proste narzędzia AI do poprawy widoczności ich sklepu internetowego

Forma zaliczenia



Projekt zaliczeniowy

Wykładowcy

Paweł Tkaczyk

Jak sam twierdzi – zarabia na życie opowiadaniem historii. Buduje silne marki – pracuje m.in. z Agorą, Grupą Allegro, wieloma mniejszymi firmami. Doradza startupom i innym przedsiębiorstwom – jako mentor np. podczas Startup Weekend czy Startup Fest. Dzieli się wiedzą – pisze blog o budowaniu marki, popęłił trzy książki: „Zakamarki marki”, „Grywalizacja” oraz „Narratologia”. Prowadzi szkolenia z marketingu, brandingu, social media... Kocha literki niemal w każdej – poza Comic Sans – formie.

Ewa Baryła

Jest doświadczonym trenerem, menadżerem, autorką artykułów oraz liderem wielu projektów, również międzynarodowych. Przez kilkanaście lat pracowała w międzynarodowym koncernie jako menadżer ds. rozwoju i trener. Obecnie jest członkiem zarządu i trenerem w firmie szkoleniowo – doradczej WEM consulting. Specjalizuje się w projektowaniu i prowadzeniu szkoleń sprzedażowych i negocjacyjnych. Jak podkreśla uwielbia handel i sama zgłębia ten obszar każdego dnia podczas sprzedaży usług firmy, z którą jest związana. Jest także specjalistką w projektach związanych z rozwojem pracowników, umiejętnościami zarządzania, a także z employee experience oraz budowaniem wizerunku pracodawcy.

Adrian Pakulski

CEO agencji SEO Paq Studio i współwłaściciel spółki e-commerce'owej z branży motocyklowej Enduro7. Od 9 lat zajmuje się SEO i pozycjonowaniem w Google ze szczególnym uwzględnieniem e-commerce. Odpowiedzialny za budowę strategii pozyskiwania ruchu z wyszukiwarek dla firm B2B, B2C oraz techniczne SEO. Przedwzrożeńowy konsultant sklepów internetowych na Prestashop i WooCommerce.

Absolwent Politechniki Koszalińskiej i Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie na kierunku Marketing Internetowy.

Anita Walkowska

Absolwentka studiów wyższych z dziedziny zarządzania, specjalista ds marketingu internetowego, certyfikowany partner Google, konsultant, coach. Łączy kreatywność z wieloletnią praktyką w tworzeniu, rozwijaniu i prowadzeniu skutecznych strategii marketingu cyfrowego w zakresie szeroko pojętego pozycjonowania oraz UX/UI w różnych kanałach.

Pracuje jako SEO Executive dla agencji marketingowej w Wielkiej Brytanii, obsługując klientów z branż luksusowej, e-Commerce oraz sprzedażowo-handlowej. Od prawie 10 lat prowadzi również własną działalność wspierającą rozwój przedsiębiorstw w Europie i na świecie dostarczając wysokiej jakości digital content, przeprowadzając audyty

marketingowe oraz tworząc i prowadząc strategie marketingowe w mediach społecznościowych i na stronach internetowych.

Biegła w tworzeniu i wdrażaniu skutecznych kampanii zorientowanych na klienta, mających na celu poprawę wizerunku marki, jej obecności i dostępności na rynku światowym, a także budowania wizerunku marki zarówno w mediach tradycyjnych jak oraz cyfrowych.

Profesjonalny fotograf z pasją i oddaniem w dostarczaniu wysokiej jakości zdjęć do użytku prywatnego i komercyjnego.

Michał Kukliński

Od kilku lat z powodzeniem działa w branży SEO, obecnie jako CEO Agencji Marketingowej Efectownia. Zajmuje się tam szeroko rozumianym marketingiem internetowym. W swoich działaniach stawia na kompleksowość, oferując swoim klientom pozycjonowanie stron www, prowadzenie profili w social mediach, płatnych kampanii reklamowych, audytów, usługi copywritingu. Wyróżnia go terminowość i zaangażowanie. Na swoim koncie ma liczne publikacje i e-booka. Zaimplementowanie systemu pracy z książki „Praca głęboka” Cala Newporta” stanowiło jeden z ważnych kroków w jego karierze.

Marcin Kuna

Absolwent studiów wyższych zaawansowanego marketingu w Wielkiej Brytanii, specjalista ds. Marketingu Internetowego, obecnie w końcowej fazie studiów doktorskich w zakresie marketingu i ekonomii ze specjalizacją w marketingu w mediach społecznościowych, konsultant i analityk z zamiłowaniem do tematyki cyfryzacji i automatyzacji firmy.

Współzałożyciel cyfrowej agencji marketingowej w Wielkiej Brytanii obsługującej klientów w Europie i Azji na rynkach: retail, e-commerce, medycyny estetycznej, telekomunikacji i innych.

Ma na swoim koncie ponad dziesięcioletnie doświadczenie w zakresie marketingu cyfrowego po stronie agencji interaktywnych. Współpracował z takimi markami jak Discovery Channel, Real czy Laura Ashley.

Tematyka pracy doktorskiej – zaufanie do marki w reklamie w mediach społecznościowych.

Damian Kołata

E-Commerce Operations Director na Polskę i Europę Wschodnią w firmie Fiege. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w zarządzaniu łańcuchem dostaw w międzynarodowym środowisku. Absolwent Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu oraz Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. Pomysłodawca jednego z pierwszych ukraińskich sklepów internetowych. W 2019 r. wspierał w Polsce projekt otwarcia centrum dystrybucyjnego dla największej europejskiej internetowej platformy modowej. Odpowiada za operacje logistyczne w magazynach o powierzchni prawie czterdziestu boisk piłkarskich, na których zatrudnienie przewyższa liczbę mieszkańców Szklarskiej Poręby.

Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

W Uniwersytecie WSB Merito szanujemy Twój czas i pieniądze, **dlatego o finansach mówimy otwarcie**. Nie mnożymy dodatkowych opłat, nie przemycamy małym druczkiem ukrytych kosztów. **U nas wiesz dokładnie, za co płacisz.**

Studia podyplomowe to inwestycja, która zwraca się już w ich trakcie w postaci nowych umiejętności i kontaktów, które zaowocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe w Uniwersytecie WSB Merito i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	6200 zł 6600 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	3100 zł 3300 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	620 zł 660 zł

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Iod a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	516 zł 550 zł

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Iodź a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	6000 zł 6600 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	3000 zł 3300 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	600 zł 660 zł

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	500 zł 550 zł