

E-marketing w biznesie

- Kierunek - studia podyplomowe dla SUM z SP

Opis kierunku

W trakcie studiów podyplomowych możesz zdobyć, po zdaniu egzaminu końcowego na minimum ocenę dobrą, **dotatkowy certyfikat kompetencji e-biznesowych „E-marketing Menedżer”** – wydawany przez Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu wraz z partnerami biznesowymi. Dodatkowo będziesz przygotowany do podejścia do certyfikatu Google Analytics, który będziesz mógł zdać we własnym zakresie po ukończeniu cyklu szkoleniowego.

Na zajęciach nauczysz się korzystać z oprogramowania:

- Adobe
- Google Analytics
- Hotjar
- Brand 24
- Data Studio
- Google Tag Manager
- WIX

W trakcie zajęć kładziemy nacisk na umiejętności praktyczne, które zdobędziesz dzięki:

- grom symulacyjnym - tradycyjnym i on-line
- zajęciom w pracowniach Design Thinking i Adobe
- wizytom studyjnym w firmach, gdzie poznasz procesy "od kuchni"

Co zyskujesz?

Podczas studiów nauczysz się:

- tworzyć strategie internetowe i mobilne, e-marketingu, m-marketingu i e-brandingu,
- projektować kampanię w Internecie,
- jak działa mobile marketing, marketing zautomatyzowany czy e-commerce,

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 wrocław a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- wykorzystywać analitykę internetową i social media,
- jakie technologie internetowe i mobilne są wykorzystywane,
- o content marketingu i wideo marketingu,
- badać potrzeby użytkowników,
- tworzyć persony,
- zagadnień ze strategii działań UX,
- o analityce pod potrzeby UX oraz badaniach ilościowych i jakościowych,
- zagadnień na temat modelowania UX, architektury informacji i VD oraz zastosowania technologii w UX,
- testować projekty UX,
- stosować wiedzę z zakresu SEM i SEO,
- projektować strategie w social mediach, opracowywać materiały i harmonogramy działań oraz monitorować social media np. przy użyciu Brand 24,
- używać narzędzi do analityki internetowej, np. Google Analytics,
- korzystać z Data Studio i Google Tag Manager,
- jakie są zasady pracy influencerów i youtuberów,
- czym jest automation marketing i jakie ma znaczenie dla firm,
- tajników e-designu i fotografii internetowej.

Dla kogo?

Studia przeznaczone są dla osób zainteresowanych tematyką e-marketingu w biznesie.

Program studiów

Program kierunku studiów podyplomowych e-marketing w biznesie na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu.



Liczba godzin: **176**



Liczba zjazdów: **12**

Strategie w e-biznesie (20 godz.)

- Strategie i analizy rynku w e-biznesie (8 godz.)
- Kosztorys e-biznesu (4 godz.)
- Strategie e-biznesowe internetowe i mobilne – case study (4 godz.)
- Zarządzanie projektem e- biznesowym – warsztaty (4 godz.)

Innowacyjny e-marketing (28 godz.)

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 wrocław a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- Mobile marketing (4 godz.)
- Content marketing (4 godz.)
- Influence marketing (4 godz.)
- Zarządzanie projektami e-marketingowymi (8 godz.)
- E-marketing i social media – wprowadzenie (8 godz.)

Klient, technologia, prawo (16 godz.)

- Zachowania konsumentów w Internecie. Programy lojalnościowe i rekomendacyjne (4 godz.)
- Aspekty prawne działań marketingowych (4 godz.)
- Technologie internetowe i mobilne (8 godz.)

Zarządzanie projektami e-commerce (16 godz.)

- E-commerce i sklep internetowy – wprowadzenie strategiczne (4 godz.)
- Zarządzanie projektami e-commerce (4 godz.)
- Modelowy sklep internetowy w e-commerce – warsztaty (8 godz.)

Analityka internetowa (16 godz.)

- Analityka serwisów internetowych – wprowadzenie (4 godz.)
- Analityka aplikacji mobilnych (4 godz.)
- Analityka e-commerce (4 godz.)
- Google Analytics – warsztaty (4 godz.)

Social media (24 godz.)

- Media społecznościowe – wprowadzenie (4 godz.)
- Wykorzystanie social media w działalności – case study (8 godz.)
- Komunikacja w social mediach (4 godz.)
- Zarządzanie kampaniami w mediach społecznościowych – projekt (8 godz.)

Design i multimedia w e-marketingu (12 godz.)

- Design w e-marketingu. System identyfikacji wizualnej w Internecie (4 godz.)
- Fotografia w e-biznesie (4 godz.)
- Design & design thinking w projektowaniu wizualnym (4 godz.)

E-marketing (24 godz.)

- Video marketing (4 godz.)
- Automation marketing (4 godz.)
- E-branding (4 godz.)
- Usability – uwarunkowania teoretyczne i projekt (8 godz.)
- E-mail marketing (4 godz.)

Marketing internetowy w wyszukiwarkach (16 godz.)

- Marketing w wyszukiwarkach internetowych – wprowadzenie (4 godz.)
- Pozycjonowanie i optymalizacja serwisu internetowego (4 godz.)
- Google Adwords. Kampanie linków płatnych w wyszukiwarkach – kampania (8 godz.)

E- marketing Menedżer (4 godz.)

Sprawdzenie kompetencji e-marketingowych - certyfikacja

Wykładowcy

dr hab. Agnieszka Dejnaka, prof. nadzw. UWSB Merito

Prof. nadzw., absolwentka studiów MBA. Obecnie pełni funkcję Zastępcy Dyrektora Instytutu Zarządzania i Marketingu na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu. Prowadzi zajęcia z zakresu reklamy, e-komunikacji marketingowej, badań i analiz rynku oraz e-marketingu. Praktyk z zakresu marketingu i marketingu elektronicznego. Współpracowała w projektach z zakresu marketingu i e-commerce, współpracując z wieloma firmami polskimi i zagranicznymi (między innymi Lemon Sky, Technox, Bank Zachodni WBK). Jest konsultantem firm w zakresie marketingu internetowego, nowych technologii w marketingu i social mediów. Uczestniczyła w kilku pobytach naukowo-badawczych we Franklin University, USA. Autorka kilku książek naukowych i branżowych oraz kilkudziesięciu artykułów naukowych i branżowych. Współautorka „Biblii e-biznesu”, która została uznana za najlepszy poradnik ekonomiczny i otrzymała pierwszą nagrodę „Economicus 2014”, Gazeta Prawna.

Jan Jakub Cendrowski

Ekspert komunikacji marketingowej i strateg z wieloletnią praktyką w projektowaniu kampanii reklamowych i informacyjnych. Doświadczenie zdobywał m.in. w branży telekomunikacyjnej (Telefonia DIALOG, Grupa Netia), chemicznej, a także jako menedżer w agencjach reklamowych i public relations. Laureat nagród branżowych. Obecnie dyrektor kreatywny w agencji Me & My Friends oraz nauczyciel akademicki. Pracował bądź pracuje m.in. dla takich marek i organizacji jak Grupa Maspex (marki Tymbark, Puchatek, Kubuś), Northfish, Futuro Finance, Gedeon Richter, ZP Polski Przemysł Spirytusowy, LC Corp, RED Real Estate Development, Instytut Spraw Obywatelskich, Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego, Łódzka Kolej Aglomeracyjna, International Football Association Board i wielu innych.

Katarzyna Skrabska

Dyrektor Zarządzający i Project Manager w Grupie Me & Me Friends S.A.. Z branżą marketingową związana od 2008 roku. Prowadziła projekty dla takich marek, jak: m. in. LiDL Polska; T – Mobile Usługi Bankowe Dostarczane przez Alior Bank; Grupa Kapitałowa KRUK; Lukas Bank; Desperados Red; Exxon Mobile Polska; Puchatek; Tymbark; Grupa PKP i VB Leasing. Realizowała projekty zarówno z zakresu marketingu tradycyjnego, jak i digital marketingu. Na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu prowadzi zajęcia z zakresu e – marketingu, mobile marketingu oraz nowych

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 wrocław a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

metod pracy projektowej zorientowanych na doświadczenie użytkownika.

Krzysztof Surowiecki

Managing Partner w Hexe Data, świadczącej usługi analityczne dla firm. wcześniej Head of Analytics w agencji Lemon Sky JWT, specjalizującej się w marketingu 360. Absolwent Wyższej Szkoły Bankowej (obecnie Uniwersytet WSB Merito), Akademii Ekonomicznej oraz studiów podyplomowych Telekomunikacja Cyfrowa i Technologie Internetowe na Politechnice Wrocławskiej. Certyfikowany ekspert Tableau Software. Posiada szerokie doświadczenie związane z technologiami internetowymi, zagadnieniami biznesowymi oraz prawnymi, warunkującymi funkcjonowanie podmiotów w "e-gospodarce". W trakcie swojej praktyki zawodowej realizował prace dla uznanych i cenionych firm oraz instytucji m.in. Giełda Papierów Wartościowych SA, IBM Polska, Komenda Główna Policji, Nestle, Volkswagen Bank, Orange, Tesco, Ceramika Paradyż, Wojas SA, Skanska, LPP SA, Pernod Ricard, Krajowy Rejestr Długów, Kruk SA, Bank Zachodni WBK.

dr Marcin Haberla

Wykładowca akademicki wrocławskiego Uniwersytetu Ekonomicznego (Katedra Badań Marketingowych, Instytut Marketingu). Członek komisji ds. strategii promocji wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Posiada bogate doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu marketingu, zarządzania marką, przygotowania i realizacji badań marketingowych oraz strategii. Opracowywał strategie i realizował badania dla wielu przedsiębiorstw m.in. Kaufland, Ciech SA, Grupa PKP SA, POL-MOT WARFAMA SA, Piekarnia Familijna, Korbank, Koloradoss, Konimpex SA., Grupa Kopalń sp. z o.o., PGE, Progress Consulting sp. z o.o., Park Nauki i Rozrywki Krasiejów, ULMA Construccion, Pet Media Sp. z o. o.. Prowadził badania społeczne dla podmiotów administracji samorządowej. Ostatnie projekty to m.in. współpraca z Dolnośląską Agencją Rozwoju Regionalnego S.A., Wrocławskim Centrum Transferu Technologii, Wrocławskim Parkiem Technologicznym, Urzędem Miasta Wrocławia (Wydział Organizacji Pozarządowych NGO) Urzędem Marszałkowskim Województwa Dolnośląskiego (w ramach Projektu „Południowo-zachodni Szlak Cystersów”) .Jako trener w ostatnich sześciu latach zrealizował ponad 80 warsztatów oraz programów szkoleniowych. Akredytowany trener przy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

Szkolenia w zakresie:

- przedsiębiorczości akademickiej,
- badań marketingowych,
- marketingu,
- wizerunku firmy,
- zarządzania strategii,
- opracowywania strategii rozwoju,
- zarządzania produktem,
- zarządzania marką,
- etyki biznesu,
- public relations,

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 wrocław a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

profesjonalnej sprzedaży i obsługi.

dr Anna Brdulak

Doktor w dziedzinie nauk ekonomicznych, dyscyplinie nauk o zarządzaniu. Specjalistka w obszarze inteligentnych miast (smart cities), zrównoważonego rozwoju i komunikacji interpersonalnej. Certyfikowana trenerka biznesu z zakresu umiejętności miękkich. Prowadziła warsztaty dla firm z zakresu m.in.: relacji przełożony-podwładny, asertywności, rozwiązywania konfliktów, zarządzania czasem oraz motywowania pracowników. Dwukrotna laureatka grantu UM Wrocław na realizację rocznych projektów z biznesem (ARAW Sp. z o.o., Nokia). Ekspertka programu Climate Leadership UNEP/ Grid Warszawa pod egidą ONZ. Wspólnie z Instytutem Ekologii Terenów Uprzemysłowionych współtworzyła Krajowy Plan Sprawiedliwej Transformacji. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie i podyplomowych studiów psychologicznych na Uniwersytecie Warszawskim. Wykładowczyni Politechniki Wrocławskiej oraz studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito we Wrocławiu

dr Anna Orzeł

Prawnik, ekspert z dziedziny logistyki, specjalizuje się w transporcie drogowym. Prodziekan ds. organizacyjnych i rozwoju na Wydziale Finansów i Zarządzania we Wrocławiu. Kierownik merytoryczny studiów podyplomowych z zakresu logistyki i transportu, prowadzi zajęcia ze studentami na studiach I i II stopnia oraz podyplomowych. Doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu. Absolwentka kierunków prawo oraz administracja na Uniwersytecie Wrocławskim. Posiada certyfikat European Senior Logistician ESLog. Biznesowo szkoleniowiec i doradca w zakresie prawa w transporcie. Od 2006 r. sędzia arbitrażowy w sprawach gospodarczych. Z Wyższą Szkołą Bankową we Wrocławiu (obecnie Uniwersytet WSB Merito) związana od 2010 r. Autorka wielu artykułów w tematyce TSL. Interesuje się zastosowaniem nowych technologii w branży logistycznej ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień transportowych i smart city. Prywatnie pasjonatka gór i podróży z plecakiem.



Dr Anna Orzeł jest również ekspertem WSB w mediach. Wywiady i komentarze medialne przez nią udzielane dostępne są w [Centrum Prasowym WSB](#).

Karolina Kolmasiak

Data Analyst w Hexe Data, świadczącej usługi analityczne dla firm. Absolwentka Politechniki Wrocławskiej na kierunku matematyka stosowana. Posiada szerokie doświadczenie związane z analityką webową, technologiami internetowymi, wizualizacją danych i statystyką. Certyfikowana ekspertka Google Analytics. W trakcie swojej praktyki zawodowej realizowała prace dla uznanych i cenionych firm oraz instytucji m.in. Credit Star, Future Processing, Miinto, Ogilvy, Play, Sonova, Winefamily, Veepee.

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 wrocław a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



**UNIwersYTET
WSB MERITO
WROCLAW**

Jacek Zdrenka

Trener sprzedaży i konsultant. Ukończył Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu oraz studia podyplomowe psychologii w biznesie na Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu (obecnie Uniwersytet WSB Merito). Posiada dwadzieścia lat doświadczeń w zarządzaniu zespołami, projektami oraz w zarządzaniu sprzedażą. Pracował w BZ WBK (obecnie Santander) ING, Nordea, Plus Bank. Obecnie wiceprezes firmy konsultingowej ADIN Sp z o.o. Prowadzi szkolenia od dziewięciu lat, związany z branżą bankową i konsultingową. Współpracuje z WSB od 2012 roku. Prowadzi zajęcia z psychologii marketingu i sprzedaży, psychologii zachowań konsumentów, budowania relacji z klientem.

Partnerzy kierunku

