



WYŻSZA SZKOŁA
INFORMATYKI I
ZARZĄDZANIA Z
SIEDZIBĄ W
RZESZOWIE



Studia podyplomowe "Marketing internetowy" - usługa zdalna

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 / Marketing
Identyfikator projektu	Małopolski Pociąg do kariery
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. Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem"
Minimalna liczba uczestników	16
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	25-10-2024
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?

Tak. 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?

Tak. 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?

Tak. 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: 54

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 54 Rola marketingu internetowego w biznesie, 4 godz. dydaktyczne	26-10-2024	11:45	15:15	03:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 54 Rola marketingu internetowego w biznesie, 2 godz. dydaktyczne	27-10-2024	08:00	09:40	01:40
3 z 54 Design Thinking , 2 godz. dydaktyczne	27-10-2024	09:50	11:30	01:40
4 z 54 Social selling, 4 godz. dydaktyczne	16-11-2024	08:00	11:30	03:30
5 z 54 Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych, 4 godz. dydaktyczne	16-11-2024	12:40	16:10	03:30
6 z 54 Pozycjonowanie stron internetowych (SEO), 4 godz. dydaktyczne	17-11-2024	08:00	11:30	03:30
7 z 54 Prawo w internecie , 4 godz. dydaktyczne	17-11-2024	12:40	16:10	03:30
8 z 54 Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google), 4 godz. dydaktyczne	30-11-2024	08:00	11:30	03:30
9 z 54 Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych, 4 godz. dydaktyczne	30-11-2024	12:40	16:10	03:30
10 z 54 Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google), 4 godz. dydaktyczne	01-12-2024	08:00	11:30	03:30
11 z 54 Social selling, 4 godz. dydaktyczne	01-12-2024	12:40	16:10	03:30
12 z 54 Design Thinking , 2 godz. dydaktyczne	04-12-2024	18:10	19:50	01:40

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 54 Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google), 4 godz. dydaktyczne	14-12-2024	08:00	11:30	03:30
14 z 54 Strategie marketingu internetowego, 4 godz. dydaktyczne	15-12-2024	08:00	11:30	03:30
15 z 54 Design Thinking , 2 godz. dydaktyczne	08-01-2025	18:10	19:50	01:40
16 z 54 Design Thinking, 4 godz. dydaktyczne	18-01-2025	08:00	11:30	03:30
17 z 54 Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google), 4 godz. dydaktyczne	18-01-2025	12:40	16:10	03:30
18 z 54 Reklama w wyszukiwarkach: Google Ads (z przygotowaniem do egzaminu Google) oraz Microsoft Ads, 4 godz. dydaktyczne	19-01-2025	08:00	11:30	03:30
19 z 54 Strategie marketingu internetowego, 4 godz. dydaktyczne	19-01-2025	12:40	16:10	03:30
20 z 54 Pozycjonowanie stron internetowych (SEO), 4 godz. dydaktyczne	01-02-2025	08:00	11:30	03:30
21 z 54 Reklama w wyszukiwarkach: Google Ads (z przygotowaniem do egzaminu Google) oraz Microsoft Ads, 4 godz. dydaktyczne	01-02-2025	12:40	16:10	03:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
22 z 54 Reklama w wyszukiwarkach: Google Ads (z przygotowaniem do egzaminu Google) oraz Microsoft Ads, 4 godz. dydaktyczne	02-02-2025	08:00	11:30	03:30
23 z 54 Wprowadzenie do AI, automatyzacji oraz no-code, 2 godz. dydaktyczne	05-02-2025	18:10	19:50	01:40
24 z 54 Wprowadzenie do AI, automatyzacji oraz no-code, 2 godz. dydaktyczne	12-02-2025	18:10	19:50	01:40
25 z 54 Reklama w wyszukiwarkach: Google Ads (z przygotowaniem do egzaminu Google) oraz Microsoft Ads, 4 godz. dydaktyczne	15-02-2025	08:00	11:30	03:30
26 z 54 Wprowadzenie do AI, automatyzacji oraz no-code, 4 godz. dydaktyczne	15-02-2025	12:40	16:10	03:30
27 z 54 Pozycjonowanie stron internetowych (SEO), 4 godz. dydaktyczne	16-02-2025	08:00	11:30	03:30
28 z 54 Pozycjonowanie stron internetowych (SEO), 4 godz. dydaktyczne	16-02-2025	12:40	16:10	03:30
29 z 54 User Experience – badania i narzędzia, 4 godz. dydaktyczne	08-03-2025	08:00	11:30	03:30
30 z 54 Content marketing, copywriting i netykieta wraz z wykorzystaniem AI, 4 godz. dydaktyczne	08-03-2025	12:40	16:10	03:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
31 z 54 Content marketing, copywriting i netykieta wraz z wykorzystaniem AI, 4 godz. dydaktyczne	09-03-2025	08:00	11:30	03:30
32 z 54 Sukces w e-commerce: strategie i tajemnice sprzedaży online, 4 godz. dydaktyczne	09-03-2025	12:40	16:10	03:30
33 z 54 Content marketing, copywriting i netykieta wraz z wykorzystaniem AI, 4 godz. dydaktyczne	22-03-2025	08:00	11:30	03:30
34 z 54 Sukces w e-commerce: strategie i tajemnice sprzedaży online, 2 godz. dydaktyczne	22-03-2025	12:40	14:20	01:40
35 z 54 Generowanie obrazu i wideo poprzez AI, 4 godz. dydaktyczne	23-03-2025	12:40	16:10	03:30
36 z 54 Sukces w e-commerce: strategie i tajemnice sprzedaży online, 2 godz. dydaktyczne (zajęcia zrealizowane w dniu 22-03-2025)	26-03-2025	14:30	16:10	01:40
37 z 54 User Experience – badania i narzędzia, 4 godz. dydaktyczne	05-04-2025	08:00	11:30	03:30
38 z 54 Sukces w e-commerce: strategie i tajemnice sprzedaży online, 4 godz. dydaktyczne	05-04-2025	12:40	16:10	03:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
39 z 54 Tworzenie stron internetowych w oparciu o no-code oraz AI, 4 godz. dydaktyczne	06-04-2025	08:00	11:30	03:30
40 z 54 E-mail marketing, 4 godz. dydaktyczne	06-04-2025	12:40	16:10	03:30
41 z 54 Generowanie obrazu i wideo poprzez AI, 4 godz. dydaktyczne	26-04-2025	08:00	11:30	03:30
42 z 54 Tworzenie stron internetowych w oparciu o no-code oraz AI, 4 godz. dydaktyczne	26-04-2025	12:40	16:10	03:30
43 z 54 Tworzenie stron internetowych w oparciu o no-code oraz AI, 4 godz. dydaktyczne	17-05-2025	08:00	11:30	03:30
44 z 54 Generowanie obrazu i wideo poprzez AI, 4 godz. dydaktyczne	17-05-2025	12:40	16:10	03:30
45 z 54 User Experience – badania i narzędzia, 4 godz. dydaktyczne	18-05-2025	08:00	11:30	03:30
46 z 54 Tworzenie stron internetowych w oparciu o no-code oraz AI, 4 godz. dydaktyczne	18-05-2025	12:40	16:10	03:30
47 z 54 E-mail marketing, 4 godz. dydaktyczne	31-05-2025	08:00	11:30	03:30
48 z 54 Reklama RTB, 4 godz. dydaktyczne	31-05-2025	12:40	16:10	03:30

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
49 z 54 User Experience – badania i narzędzia, 4 godz. dydaktyczne	01-06-2025	08:00	11:30	03:30
50 z 54 E-mail marketing, 4 godz. dydaktyczne	01-06-2025	12:40	16:10	03:30
51 z 54 Programy lojalnościowe i afiliacyjne, 3 godz. dydaktyczne	14-06-2025	08:00	10:45	02:45
52 z 54 Programy lojalnościowe i afiliacyjne, 3 godz. dydaktyczne	14-06-2025	11:45	14:20	02:35
53 z 54 Reklama RTB, 4 godz. dydaktyczne	15-06-2025	08:00	11:30	03:30
54 z 54 Walidacja - egzamin końcowy	30-06-2025	10:00	10:45	00:45

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: 7



1 z 7



dr Joanna Świątoniowska

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.



2 z 7

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.



3 z 7

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.



4 z 7

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. W swojej pracy stara się realizować postulat interdyscyplinarności i łączyć wiedzę oraz umiejętności z zakresu narratologii, językoznawstwa i marketingu internetowego. W obrębie jego zainteresowań badawczych znajdują się między innymi problemy dezautomatyzacji percepcji użytkownika sieci, storytellingu, wykorzystania interfejsów konwersacyjnych w działaniach promocyjnych.

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.



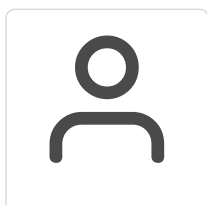
5 z 7

Bartłomiej Rogacewicz

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. Wierzy, że każdy element procesu wytwórczego jest sam w sobie produktem, dlatego powinien cechować się dobrą użytecznością.

W ostatnich 5 latach prowadził zajęcia na studiach podyplomowych.



6 z 7

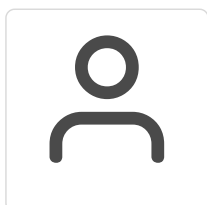
Joanna Tymowicz

Ekspertka ds. e-marketingu oraz e-commerce, zawodowo związana z agencją Ideo Force s. z o.o. gdzie łączy role Wiceprezesa Zarządu i Client Service Director. Absolwentka Wydziału Zarządzania i Marketingu Politechniki Rzeszowskiej.

W branży interaktywnej działa od 2006 roku. Wierzy, że wiedza marketingowa to tylko pierwszy krok ku budowaniu trwałych relacji z klientami. Specjalizuje się w tworzeniu strategii komunikacji z konsumentami, pracownikami i partnerami firmy z wykorzystaniem nowych mediów, takich jak social media. Jest autorką wielu efektywnych strategii komunikacyjnych i media planów.

Na co dzień tworzy i koordynuje kompleksowe działania e-marketingowe dla średnich i dużych klientów. W swojej pracy kładzie nacisk na balansowanie działań sprzedażowych oraz wizerunkowych, które mają w efekcie przynosić firmom wymierne korzyści.

W ostatnich pięciu latach prowadziła zajęcia dydaktyczne na studiach podyplomowych.



7 z 7

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 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 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.

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.

Zajęcia dydaktyczne prowadzą także Bartosz Ziemiański, Elżbieta Chabko, Kamil Porębiński, Dominika Czystoń, Filip Kłodawski.

Harmonogram może ulec zmianie.

Usługa skierowana także do Uczestników Projektu MP.

Adres dostawcy usług: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, ul. Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów.

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