



## 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

📅 17.04.2026 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 strategię 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

15-04-2026

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

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 potwierdzone przez upoważnione instytucje, a także dokument potwierdzający nostryfikację 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

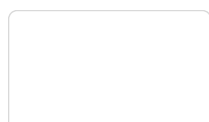
**Atuty kierunku Menedżer E-commerce:**

- **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



Lucyna Mamroł



**E-mail** [Imamrol@psw.jaslo.pl](mailto:Imamrol@psw.jaslo.pl)

**Telefon** (+48) 533 801 602