

TREŚCI PROGRAMOWE PRZEDMIOTÓW

STUDIA PODYPŁOMOWE DIGITAL MARKETING

Nazwa przedmiotu: Wstęp do digital marketingu

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Przedmiot będzie realizowany jako pierwszy w planie studiów i ma stanowić „mapę drogową” dla przeprowadzenia całego procesu dydaktycznego. Student pozna na nim podstawowe pojęcia z zakresu digital marketingu, przygotowuje wstępny zarys realizowanego na studiach projektu. Po realizacji przedmiotu absolwent będzie potrafił posługiwać się podstawowymi pojęciami z zakresu DM, zrozumie mechanizmy, które rządzą procesami w obszarze marketingu. Będzie potrafił też opracować swoją koncepcję przygotowania projektu a także będzie gotów do jego konsultacji, krytycznej analizy i poddania pod dyskusję jego podstawowe założenia i cele.

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie produktem w środowisku internetowym

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Po odbytych kursach absolwent zna i rozumie główne metryki produktowe. Posiada też wiedzę o stosowanych technikach przy budowaniu i rozwoju produktów. Jednocześnie zna sposoby pozyskiwania danych w obszarze zarządzania produktem. Zna także techniki współpracy z zespołem i zarządzania interesariuszami. Potrafi też samodzielnie poprowadzić projekt produktowy.

Nazwa przedmiotu: Podejście biznesowe w digital marketingu

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Absolwent kierunku rozumie, na jakich obszarach budowana jest efektywność biznesowa projektów digitalowych, zarówno od strony agencji lub domu produkcyjnego, jak i od strony Klienta. Potrafi także identyfikować zjawiska groźne dla przebiegu projektu oraz jego rentowności. Jednocześnie ma podstawowe kompetencje, by rekomendować odpowiednie zmiany działania projektowego, zmiany czynników sukcesu projektu lub wstrzymanie realizacji projektu. Absolwent rozumie też gdzie szukać szans biznesowych w ramach rozwijania prowadzonych projektów oraz w ramach działań egzekucyjnych na etapie realizacji. Umie również rozgraniczyć cele biznesowe i projektowe oraz określić, czy są one spójne. Posiada także odpowiednie kompetencje, by prowadzić dialog z zespołem projektowym oraz interesariuszami projektu.

Nazwa przedmiotu: Strategia marki w świecie digital

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Absolwent zna i rozumie składowe modeli pozycjonowania marek. Potrafi zaplanować strategię komunikacji marki w kanałach digital. Jednocześnie potrafi zidentyfikować lub sformułować insight i przygotować na jego podstawie komunikację. Ma też możliwość przygotować i odpowiedzieć na brief komunikacyjny do działań w Internecie. Absolwent rozumie także specyfikę komunikacji marki w Internecie na wszystkich etapach consumer journey.

Nazwa przedmiotu: Prawo internetowe

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Student po odbyciu kursu z przedmiotu prawo internetowe zna przepisy i akty prawne, które znajdują swoje zastosowanie w obszarze biznesu prowadzonego z wykorzystaniem internetu. Potrafi je zidentyfikować i zastosować w określonych sytuacjach. Ma wiedzę na temat prawa autorskiego, przepisów dotyczących własności intelektualnej, danych osobowych i innych, które wydają się być niezbędne do prowadzenia projektów w obszarze digital. Jednocześnie absolwent po zakończeniu kursu posiada kompetencje do prawidłowego interpretowania zagadnień prawnych związanych z ww. projektami. Zna ich źródła, jest w stanie je zidentyfikować.

Nazwa przedmiotu: Podstawy analityki internetowej

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Absolwent studiów rozumie pojęcie analityki internetowej, kluczowe pojęcia i metryki. Ponadto zna narzędzia do pomiaru ruchu na stronie internetowej i w aplikacjach. Potrafi też korzystać z podstawowych raportów w Google Analytics jak i z narzędzi do analizy mediów społecznościowych i wyciągać wnioski z analiz. Absolwent potrafi analizować wyniki kanału i poszczególnych filmów w YouTube. Rozumie też zasady prowadzenia testów A/B i wielowariantowych, zna

dostępne narzędzia do testowania. Po ukończonym kursie student zna narzędzia do wizualizacji danych i dobre praktyki w tym zakresie. Potrafi przygotować raport w Google Data Studio.

Nazwa przedmiotu: Neuromarketing i badania ilościowe w projektach digital

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Absolwent zna potencjalne możliwości wykorzystania neuromarketingu zarówno w sferze badań, jak i egzekucji działań, zna szanse i ograniczenia związane z prowadzeniem badań tego typu. Rozumie też, jakiego rodzaju dane może uzyskać z badań neuromarketingowych i jak może ewentualnie uzupełnić lub weryfikować ich trafność. Potrafi odróżnić badania od analiz, a także wie, kiedy takie narzędzia wykorzystywać i po co się to robi. Posiada także odpowiednie umiejętności, by móc projektować scenariusze badawcze oraz przeprowadzić dobór próby. Jest jednocześnie gotów do przeanalizowania oferty badawczej od strony merytorycznej, biznesowej, a także wie, w jakich obszarach może spodziewać się nadużyć.

Nazwa przedmiotu: Analiza i optymalizacja skuteczności reklamy

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Absolwent kursu zna narzędzia raportowania i analizy. Jednocześnie rozumie rolę metryk sukcesu (KPI) w procesie planowania i optymalizacji kampanii reklamowych. Absolwent potrafi określić cel kampanii reklamowej na podstawie briefu i umie wyznaczyć metryki sukcesu. Umie także przygotować raport skuteczności kampanii reklamowej. Wie też jak przygotować rekomendacje zmian optymalizacyjnych na podstawie reportów wyników kampanii. Jednocześnie jest gotów do podejmowania decyzji na podstawie danych o skuteczności kampanii reklamowych

Nazwa przedmiotu: Segmentacja rynku i analiza konkurencji online

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Absolwent zna wagę i rozumie zagadnienia związane z analizą rynku i pozycjonowaniem marki online, Potrafi też przeanalizować potencjał firmy online a także wykorzystać odpowiednie narzędzia w celu przeprowadzenia analizy konkurencji online. Absolwent potrafi wykorzystać odpowiednie narzędzia w celu identyfikacji i przeprowadzenia analizy segmentów rynku online; umie zaplanować oraz zaproponować optymalne strategie i taktyki marketingowe oparte na analizie segmentacji i konkurencji. Po zakończeniu kursu student potrafi myśleć i działać w sposób efektywny, praktyczny i przedsiębiorczy.

Nazwa przedmiotu: E-commerce

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Podczas zajęć student zapoznaje się z: typologią handlu elektronicznego, zjawiskiem e-commerce w Polsce, zaletami i ograniczeniami e-commerce, prawnymi aspektami handlu elektronicznego. Jednocześnie student potrafi wykazać się umiejętnością w zakresie proponowania zastosowania różnych modeli e-commerce dla prowadzenia działalności biznesowej w Internecie, wykorzystując dostępne na rynku narzędzia informatyczne do prezentacji proponowanych przez siebie rozwiązań. Zna narzędzia informatyczne służące do prezentacji wniosków i wyników z badań z zakresu e-commerce. Po ukończeniu przedmiotu student potrafi wykazać się umiejętnością w zakresie proponowania zastosowania różnych modeli e-commerce dla prowadzenia działalności biznesowej w Internecie, wykorzystując dostępne na rynku narzędzia informatyczne do prezentacji proponowanych przez siebie rozwiązań. Zna również historię i genezę handlu elektronicznego i jego znaczenie dla rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce i na świecie. Zna aktualny kształt i kierunki rozwoju e-commerce. Po zaliczeniu kursu wie również jak stawiać hipotezy dotyczące e-commerce i je weryfikować.

Nazwa przedmiotu: Reklama internetowa

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Absolwent kursu rozumie rolę briefu w planowaniu i realizacji kampanii reklamowej. Potrafi też zidentyfikować cel kampanii i dobrać na tej podstawie kanały i media dla kampanii. Zna również modele rozliczeń stosowane w reklamie internetowej a także modele rozliczeń stosowane w reklamie internetowej. Absolwent potrafi także dobrać metody targetowania do grupy docelowej i celów kampanii. Absolwent umie samodzielnie wdrożyć kampanię reklamową na platformie Google Ads.

Nazwa przedmiotu: Internetowy PR

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Absolwent/ka po ukończonym kursie zna i rozumie różnicę pomiędzy podstawowymi działaniami PR w mediach tradycyjnych, a działaniami internet PR. Jest też gotów do projektowania działań PR w sieci. Zna również i rozumie, jakie są kanały dystrybucji informacji PR w internecie. Potrafi jednocześnie zaplanować sposób emisji komunikatu PR w internecie – przy doborze najbardziej odpowiadających ku temu narzędzi. Jest też gotów do zlecenia dystrybucji podstawowego komunikatu PR do mediów. Zna też narzędzia ewaluacji kampanii internetowych i założenia ich analizy.

Nazwa przedmiotu: Precyzja i sztuczna inteligencja w digital marketingu

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Absolwent wie, czym jest i jak działa sztuczna inteligencja (AI). Rozumie także, jakie znaczenie ma precyzja w marketingu cyfrowym. Potrafi jednocześnie dobrać i wykorzystać odpowiednie narzędzia AI. Absolwent potrafi zwiększyć wydajność i efektywność przy pomocy narzędzi sztucznej inteligencji a także wykorzystać narzędzia AI w procesie doboru i kierowania przekazu marketingowego. Potrafi też wykorzystać narzędzia AI w analityce i procesie podejmowania decyzji jak i myśleć i działać w sposób precyzyjny, efektywny, praktyczny i przedsiębiorczy

Nazwa przedmiotu: Podstawy pracy copywritera

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Po zakończeniu kursu student zna i specyfikę pracy copywritera oraz jego rolę w agencji reklamowej. Rozumie także najważniejsze pojęcia z pracy copywritera oraz formy jego pracy: nazwa, slogan, scenariusz, idea. Potrafi też wykonać je samodzielnie w formie poprawnej. Ponadto wie, gdzie szukać wiedzy na temat działań reklamowych i źródeł inspiracji. Student po kursie potrafi także przedstawiać swoje pomysły i uczestniczyć w burzy mózgów; jest w stanie wykonać zadania opisane w briefie, a także wie jak taki brief przygotować.

Nazwa przedmiotu: Podstawy projektowania w digital marketingu

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Po zakończeniu kursu absolwent będzie znał podstawy tworzenia projektów stron internetowych dostosowanych do współczesnych wymagań komunikacyjnych w środowisku digital. Będzie też potrafił zastosować obowiązujące współcześnie zasady z dziedzin *user experience* i *user interface*. Będzie posiadał także umiejętności przygotowania szablonu projektu strony, jego testowania i wdrażania z wykorzystaniem oprogramowania niezbędnego do tworzenia stron www dla realizowanego projektu.

Nazwa przedmiotu: Komunikacja wizualna

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Po zakończeniu kursu student będzie miał odpowiednie rozeznanie w narzędziach i programach środowiska ADOBE do tworzenia grafiki komputerowej niezbędnej do wykorzystania we współczesnych materiałach marketingowych. Pozna też zasady rządzące estetyką i technicznymi wymogami tego typu projektów oraz ich wdrażania na etapie projektu i realizacji kampanii marketingowej/informacyjnej. Będzie też w stanie dostosować swoje projekty do założeń różnych środowisk komunikacyjnych: *desktop*, *mobile*, poszczególnych mediów społecznościowych i innych, obecnych we współcześnie prowadzonych działaniach marketingowych.

Nazwa przedmiotu: Marketing aplikacji mobilnych

Efekty uczenia się dla przedmiotu (opis): Absolwent kursu zna i rozumie metryki charakterystyczne dla aplikacji mobilnych. Zna również kanały dystrybucji treści w obszarze aplikacji mobilnych. Potrafi jednocześnie samodzielnie przeprowadzić kampanię reklamową dla aplikacji mobilnej a także samodzielnie stworzyć raport z podjętych działań. Ma również wiedzę jak korzystać z narzędzi do promocji aplikacji mobilnych