

# E-commerce

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry Rekrutacja zakończona

## Opis kierunku

Kierunek e-commerce jest kierunkiem realizowanym w 100% online. Podczas 9 miesięcy nauki, uczestnicy 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. Jeśli nie będziemy pokazywać klientom marki i promować jej w Internecie, to zmniejszymy lub całkowicie uniemożliwimy sprzedaż naszych produktów i usług. Studia e-commerce nauczą uczestników, 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, które zdobyli popełniając błędy, przed którymi uchronią uczestników tego kierunku. Podczas studiów testowanych będzie wiele narzędzi, więc każdy będzie mógł z łatwością dopasować rozwiązania do własnego biznesu.

## Co zyskujesz?

będziesz na bieżąco z trendami sprzedażowymi rynku e-commerce

będziesz wiedział 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

będziesz znał możliwości i zagrożenia wynikające z działania na tym rynku

zajęcia będą prowadzone przez doświadczonych ekspertów znających i tworzących firmy na rynku e-commerce

zajęcia są w 100% prowadzone 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  
menadżerowie

## Studia podyplomowe online

**Studia na tej specjalności prowadzone są zawsze w formule online (bez względu na sytuację pandemiczną).**

Nową wiedzę i umiejętności zdobywasz, dzięki zajęciom realizowanym na platformie MS Teams. Z wykładowcami i kolegami z grupy kontaktujesz się przez internet, w czasie rzeczywistym (synchronicznie). W zajęciach uczestniczysz w weekendy, zgodnie z ustalonym harmonogramem, łącząc się z nami z miejsca, w którym aktualnie przebywasz.

### Korzyści ze studiowania online.

Możliwość studiowania online, bez wychodzenia z domu, to duża oszczędność czasu. Dodatkowym atutem studiów w WSB, jest darmowa licencja do MS 365 dla uczestników, dzięki której będziesz mieć dostęp do niezbędnych narzędzi wykorzystywanych w procesie nauczania.

## 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.)**

- Przedstawienie 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
- Push i pull e-commerce, czyli przedstawienie różnic w modelach sprzedażowych między rynkami: europejskim, amerykańskim i rynkami wschodnimi (Azja)
- 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) i Facebook 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 kierowanie 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

**Studium przypadków – czyli jak działa e-commerce u liderów na rynku (10 godz.)**

Studium przypadków

**Forma zaliczenia**

Projekt

# 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 – piszę blog o budowaniu marki, popełnił trzy książki: „Zakamarki marki”, „Grywalizacja” oraz „Narratologia”. Prowadzi szkolenia z marketingu, branding, 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. Przedwdrożeniowy 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 Wyższej Szkole Bankowej 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 WSB 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
<b>1 rata</b>	<b>1 rok</b>	<b>5250 zł</b>

	Rok nauki	Czesne
<b>2 raty</b>	<b>1 rok</b>	<b>2625 zł</b>

	Rok nauki	Czesne
<b>10 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>525 zł</b>

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 lodz a studentem zawierana jest w formie pisemnej.





	Rok nauki	Czesne
<b>12 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>438 zł</b>



# Ceny dla absolwentów WSB

## Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
<b>1 rata</b>	<b>1 rok</b>	<b>5250 zł</b>

	Rok nauki	Czesne
<b>2 raty</b>	<b>1 rok</b>	<b>2625 zł</b>

	Rok nauki	Czesne
<b>10 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>525 zł</b>

	Rok nauki	Czesne
<b>12 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>438 zł</b>