



Nowoczesna komunikacja marketingowa

- Specjalność - studia II stopnia z podyplomowymi

Kierunek: Zarządzanie

Niestacjonarne Rekrutacja zakończona **OD PAŹDZIERNIKA** Studia magisterskie

Czego nauczysz się, wybierając tę specjalność?

Rekrutacja zakończona!

Interesuje Cię ta specjalność? **Zapisz się na listę rezerwową.**

W zależności od wybranych studiów podyplomowych:

- zdobędziesz wiedzę nt. strategii internetowych i mobilnych, e-marketingu, m-marketingu i e-brandingu
- nauczysz się projektować kampanię w Internecie
- dowiesz się, jak działa mobile marketing, marketing zautomatyzowany czy e-commerce
- opanujesz wykorzystywanie analityki internetowej i social mediów
- poznasz technologie internetowe i mobilne
- nauczysz się wiele o content marketingu i wideo marketingu
- będziesz potrafił badać potrzeby użytkowników
- nauczysz się tworzyć persony
- opanujesz zagadnienia ze strategii działań UX
- dowiesz się wiele o analityce pod potrzeby UX oraz badaniach ilościowych i jakościowych
- zdobędziesz wiedzę nt. modelowania UX, architektury informacji i VD oraz zastosowania technologii w UX
- będziesz umiał testować projekty UX

Wiedzę i umiejętności z tej specjalności, uzupełnisz o te, które przyswoisz na studiach podyplomowych. Zdobędziesz zarówno **dyplom magistra jak i świadectwo ukończenia wybranych studiów podyplomowych:**

- E-marketing w biznesie
- Projektowanie i testowanie produktów interaktywnych (User-Experience)

Co jeszcze powinieneś wiedzieć?

- **Studia trwają dwa lata, tak samo jak na studiach tradycyjnych**, ale po obronie zyskujesz dwa dyplomy - dyplom studiów magisterskich i świadectwo ukończenia studiów podyplomowych. Ponadto **płacisz tylko jedno czesne**.

Z roku na rok rozwija się Internet i komunikacja poprzez media cyfrowe. Szczególnie dynamicznie rozwijającym się obszarem są media społecznościowe, gdzie tworzą się nowe mechanizmy komunikacji wirtualnych społeczności. Skuteczne działanie w tym środowisku wymaga wiedzy i umiejętności, które są podstawą zdobycia przewagi konkurencyjnej przez firmy lub marki na rynku. Dlatego specjaliści z tego obszaru są bardzo poszukiwani na rynku pracy.

- UX, czyli user experience, polega na projektowaniu doświadczeń użytkownika, czyli dbaniu o to, aby tworzone materiały, na przykład - serwisy internetowe, sklepy on-line i aplikacje, były nie tylko przyjazne dla użytkownika, ale także intuicyjne w obsłudze. UX Designer to z pewnością zawód przyszłości i dobra praca dla pasjonatów, osób kreatywnych, którzy lubią ludzi, ale także interesują się technologią.

Praca dla Ciebie:

W zależności od wybranych studiów podyplomowych:

- UX Designer
- Projektant UX
- Specjalista ds. prototypowania wizualnego
- Specjalista ds. usability



Praca w:

- działach marketingu firm
- agencjach reklamowych /digitalowych
- korporacjach międzynarodowych
- działach marketingu internetowego
- działach analiz i branding



Postgraduate programs to choose from

E-marketing w biznesie

Projektowanie i testowanie produktów interaktywnych (User-Experience)

Program studiów

Program studiów na tej specjalności obejmuje m.in.:

- Innowacyjny e-marketing
- Analitykę internetową
- Design i multimedia w e-marketingu

oraz programy studiów podyplomowych.

Przedmioty kształcenia ogólnego:

- Język obcy
- Współczesne problemy gospodarcze
- Praktyczne aspekty prawa

Przedmioty kierunkowe:

- Makroekonomia
- Zarządzanie strategiczne
- Rachunkowość zarządcza
- Pomiar i modelowanie w zarządzaniu
- Zarządzanie procesami
- Zarządzanie jakością
- Zarządzanie marketingowe
- Przedsiębiorczość
- Marketing międzynarodowy
- Analiza danych biznesowych
- Strategie negocjacji na rynkach międzynarodowych
- Warsztaty kwalifikacji menedżerskich
- Wykład do wyboru
- Praktyka zawodowa
- Seminarium magisterskie



SP E-marketing w biznesie: (176 godz.)

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.)

- 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 (4 godz.)

SP Projektowanie i testowanie produktów interaktywnych (User-Experience): (176 godz.)

Badanie potrzeb użytkowników (20 godz.)

- Wstęp do UX (8 godz.)
- Specyfika badań UX (4 godz.)
- Desk research i przygotowanie do badań (4 godz.)
- Tworzenie personi map empatii (4 godz.)

Strategia działań (28 godz.)



- Strategia produktu (4 godz.)
- Design thinking i visual thinking (4 godz.)
- Customer Journey (4 godz.)
- Business Model Canvas (8 godz.)
- Value Proposition (8 godz.)

Modelowanie UX (16 godz.)

- Architektura informacji - struktura produktu, nawigacja (4 godz.)
- UCD (4 godz.)
- VD (8 godz.)

Modelowanie UX - Projekt (16 godz.)

- User story i user story mapping (4 godz.)
- Architektura informacji (4 godz.)
- UCD i VD (8 godz.)

Design studio (16 godz.)

- Szkicowanie low-fi (4 godz.)
- Architektura rozwiązań (4 godz.)
- Paper prototyping (4 godz.)
- Testy (4 godz.)

Prototypowanie (24 godz.)

- Psychologiczne aspekty projektowania (4 godz.)
- Projektowanie web (8 godz.)
- Projektowanie mobile first (4 godz.)
- Zarządzanie projektem (8 godz.)

Technologia w UX (12 godz.)



- Technologie internetowe - przegląd, możliwości i ograniczenia (4 godz.)
- Technologie mobilne - przegląd, możliwości i ograniczenia (4 godz.)
- Technologie w projektowaniu (4 godz.)

Narzędzia do projektowania (24 godz.)

- Narzędzia do projektowania - przegląd rozwiązań płatnych i bezpłatnych (4 godz.)
- Nauka narzędzia projektowego 1 (8 godz.)
- Nauka narzędzia projektowego 2 (4 godz.)
- Design (4 godz.)
- Fotografia (4 godz.)


Testowanie (16 godz.)

- Metody testowania użyteczności (4 godz.)
- Analityka webowa (8 godz.)
- Analityka mobile (4 godz.)

Prezentacja projektów (4 godz.)

Wykładowcy

dr hab. Agnieszka Dejnaka, prof. nadzw. WSB

Prof. nadzw., absolwentka studiów MBA. Obecnie pełni funkcję Zastępcy Dyrektora Instytutu Zarządzania i Marketingu w WSB 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. W Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu prowadzi zajęcia z zakresu e – marketingu, mobile marketingu oraz nowych metod pracy projektowej zorientowanych na doświadczenie użytkownika.

dr Anna Orzeł

Doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu. Menedżer kierunku studiów logistyka oraz kierownik studiów podyplomowych holistyczna szkoła rozwoju oraz studiów z zakresu logistyki o transportu. Posiada prestiżowy certyfikat European Senior Logistician ESLog. Absolwentka kierunków prawo oraz administracja na Wydziale Prawa, Administracji i Ekonomii na Uniwersytecie Wrocławskim. Z pasją łączy prawo z logistyką jako wykładowca, trener i doradca biznesowy. Prowadzi projekty badawcze w obszarze transportu i logistyki. Autorka kilkunastu artykułów w tematyce TSL. 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

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.



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.

Mateusz Tokarski

☺Praktyk i ekspert w zakresie tworzenia rozwiązań VR i AR dla przemysłu i logistyki. Specjalizuje się w metodologiach projektowania UX. Zapraszany na konferencje i wydarzenia takie jak Logistic Conference Bratislava 2018, IV Konferencja Naukowa Logistyka 2018 „Logistyka w naukach o zarządzaniu” we Wrocławiu. Jako ekspert prowadził wydarzenia edukacyjne w takich podmiotach jak Accenture, NSK, Wyższa Szkoła Bankowa.

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, 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.

Partnerzy kierunku

