

E-commerce i analityka internetowa

- Specjalność - studia II stopnia

Kierunek: Zarządzanie

Tradycyjne **OD PAŹDZIERNIKA** Studia magisterskie

Czego nauczysz się, wybierając tę specjalność?

Studia trwają 3 semestry.

Są to interdyscyplinarne studia, na których poznasz zagadnienia związane z biznesem, marketingiem, analityką danych oraz technologiami internetowymi.

Na studiach nauczysz się między innymi:

planowania i prowadzenia działań e-commerce - w tym projektowania, tworzenia i zarządzania sklepami internetowymi,

analizy i interpretacji danych - w tym gromadzenia, analizy i interpretacji danych związanych z działaniami e-commerce, takich jak np. dane sprzedażowe, ruch na stronach internetowych, trendy zakupowe itp.,

tworzenia i prowadzenia kampanii marketingowych w internecie - w tym wykorzystania narzędzi reklamowych, takich jak Google Ads, social media, email marketing itp.,

projektowania interfejsów użytkownika - w tym projektowania stron internetowych, aplikacji mobilnych i innych platform e-commerce, z uwzględnieniem zasad UX/UI,

wykorzystania narzędzi analityki internetowej - w tym wykorzystania narzędzi takich jak Google Analytics, Tag Manager, itp.,

wdrażania innowacyjnych technologii i narzędzi w e-commerce, takich jak sztuczna inteligencja, chatboty, blockchain,

budowania strategii biznesowych i planów marketingowych związanych z działaniami e-commerce, zarządzania projektami związanymi z e-commerce.

Co jeszcze powinieneś wiedzieć?

Zajęcia prowadzone są metodą projektową. Oznacza to, że podczas 3 semestrów nauki nauczysz się realizować projekty w grupach 3-4-osobowych. Nie ma tutaj standardowego podziału na wykłady i ćwiczenia.

Program dopasowany do potrzeb rynku – osoby posiadające wiedzę z obszaru z e-marketingu i analityki internetowej są poszukiwanymi specjalistami.

Opiekę nad programem sprawują partnerzy biznesowi kierunku.

Praca dla Ciebie:

specjalista ds. e-commerce,
analityk danych e-commerce,
projektant UX/UI,
specjalista ds. social media,
manager kampanii reklamowych w sieci.



Program studiów

Program studiów na tej specjalności obejmuje m.in.:

Google Analytics i Google Tag manager,
UX Design,
monitoring w social mediach.

SEMESTR I: E-commerce manager

E-commerce
E-marketing
UX Design
E-commerce - technologia, koszty, prawo, optymalizacja
Praktyczne aspekty ekonomii i prawa
Język obcy
Technologie przyszłości

Wizyta studyjna
Wykład biznesowy
Szkolenie biznesowe

SEMESTR II: Analityk internetowy

Google Analytics i Google Tag manager
Wizualizacja danych analitycznych
Business Intelligence i data science
Optymalizacja konwersji
Współczesne aspekty zarządzania
Seminarium
Wizyta studyjna
Wykład biznesowy
Szkolenie biznesowe
Praktyka zawodowa

SEMESTR III: Social media manager

Social media
Budowania marki w social mediach
Monitoring w social mediach
E-komunikacja i interfejsy konwersacyjne
Rachunkowość i prognozowanie biznesowe w praktyce
Seminarium
Wizyta studyjna
Wykład biznesowy
Szkolenie biznesowe

Wykładowcy

dr Marcin Haberla

Wykładowca akademicki wrocławskiego Uniwersytetu Ekonomicznego (Katedra Badań Marketingowych, Instytut Marketingu). Członek komisji ds. strategii promocji wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Posiada bogate doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu marketingu, zarządzania marką, przygotowania i realizacji badań marketingowych oraz strategii. Opracowywał strategie i realizował badania dla wielu przedsiębiorstw m.in. Kaufland, Ciech SA, Grupa PKP SA, POL-MOT WARFAMA SA, Piekarnia Familijna, Korbank,

Koloradoss, Konimpex SA., Grupa Kopalń sp. z o.o., PGE, Progress Consulting sp. z o.o., Park Nauki i Rozrywki Krasiejów, ULMA Construccion, Pet Media Sp. z o. o.. Prowadził badania społeczne dla podmiotów administracji samorządowej. Ostatnie projekty to m.in. współpraca z Dolnośląską Agencją Rozwoju Regionalnego S.A., Wrocławskim Centrum Transferu Technologii, Wrocławskim Parkiem Technologicznym, Urzędem Miasta Wrocławia (Wydział Organizacji Pozarządowych NGO) Urzędem Marszałkowskim Województwa Dolnośląskiego (w ramach Projektu „Południowo-zachodni Szlak Cystersów”) .Jako trener w ostatnich sześciu latach zrealizował ponad 80 warsztatów oraz programów szkoleniowych. Akredytowany trener przy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

Szkolenia w zakresie:

przedsiębiorczości akademickiej,
badań marketingowych,
marketingu,
wizerunku firmy,
zarządzania strategii,
opracowywania strategii rozwoju,
zarządzania produktem,
zarządzania marką,
etyki biznesu,
public relations,
profesjonalnej sprzedaży i obsługi.

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.

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 (obecnie Uniwersytet WSB Merito), 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.

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 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.

dr hab. Agnieszka Dejnaka, prof. nadzw. UWSB Merito

Prof. nadzw., absolwentka studiów MBA. Obecnie pełni funkcję Zastępcy Dyrektora Instytutu Zarządzania i Marketingu na Uniwersytecie WSB Merito 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.

Partnerzy kierunku



HEXE DATA
Data Analytics Company