



E-commerce

- Kierunek - studia podyplomowe

Niestacjonarne Online 2 semestry **OD PAŹDZIERNIKA**

Opis kierunku:

Jak dokonać transformacji cyfrowej swojego biznesu? W jaki sposób zbudować i rozwijać sprzedaż w Internecie? Jak efektywnie pozyskiwać klientów w sieci? To tylko niektóre pytania, na jakie w praktyczny sposób odpowiemy podczas studiów E-commerce: skuteczna sprzedaż w Internecie.

Zajęcia prowadzone w 100% przez przedstawicieli świata biznesu, ekspertów od digitalu i e-commerce mają pomóc każdemu przedsiębiorcy w jeszcze skuteczniejszym osiągnięciu zakładanych celów związanych z handlem w Internecie.

W trakcie zajęć poznamy nie tylko narzędzia skutecznego sprowadzania ruchu do e-sklepu, w praktyce dowiemy się również, jak długoterminowo prowadzić zyskowną i skuteczną sprzedaż w sieci. Uczestnicy studiów wspólnie z praktykami świata e-biznesu skonfrontują też swoje pomysły i wyzwania, zyskując kompetencje e-commerce managera poszukiwane zarówno w biznesie jak i na rynku pracy.

Dla kogo ten kierunek?

- Dla osób odpowiadających za rozwój biznesu w Internecie
- Dla przyszłych i aktualnych E-commerce managerów
- Dla przedstawicieli firm i organizacji, które chcą odnieść sukces w efektywnej sprzedaży w sieci
- Dla digital managerów i marketing managerów, którzy chcą poszerzyć swoje kompetencje o aspekty związane z e-commerce



Co zyskujesz?

- Praktyczne umiejętności i kompetencje związane z prowadzeniem biznesu w sieci
- Dostęp do najnowszej wiedzy z zakresu digital marketingu od najlepszych specjalistów na rynku
- Konkretnie inspiracje z zakresu e-commerce i digital marketingu do wdrożenia już po zakończeniu zajęć
- Możliwość bezpośredniego kontaktu z praktykami biznesu pracującymi z sektorem e-commerce i zajmującymi się digital marketingiem
- Okazję do bezpośredniej pracy nad własnym biznesem czy projektami firmowymi także podczas zajęć
- Praktyczne wsparcie związane z rozwojem swojej kariery w obszarze digital marketingu i e-commerce
- Możliwość skorzystania z najnowszych trendów i raportów z obszaru digital marketingu i e-commerce za pośrednictwem specjalnej platformy komunikacyjnej.

Studia idealne dla Ciebie!

Nie wiesz, na jaki kierunek się zdecydować?

Zapoznaj się z **Informatorem Studiów Podyplomowych**.

Bezpłatne szkolenia

Dlaczego jeszcze warto wybrać studia podyplomowe w DSW? Ponieważ każdy uczestnik studiów ma możliwość **bezpłatnie** wziąć udział w aż 4 dodatkowych szkoleniach! Odbędą się one w trakcie jednego weekendu i nie będą ze sobą kolidować godzinowo. Po ukończeniu szkolenia otrzymasz zaświadczenie potwierdzające udział.

Tematy szkoleń:

1. Savoir-vivre w miejscu pracy.
2. Budowanie kultury informacji zwrotnej.
3. Podróż bohatera. Wyznaczanie celów osobistych i zawodowych metodą coachingową.
4. Współpraca międzypokoleniowa. Jak ze sobą rozmawiać, czego oczekiwać, jak się uzupełniać.

Formuły studiów podyplomowych

W Dolnośląskiej Szkole Wyższej studia podyplomowe wyróżniamy trzy rodzaje kierunków ze względu na formułę ich realizacji:

- **Kierunki niestacjonarne realizowane w salach wykładowych** - zajęcia na tym kierunku realizowane są w salach wykładowych, podczas weekendów. W trakcie zjazdów spotkasz się z wykładowcą oraz pozostałymi uczestnikami w murach uczelni. W przypadku decyzji Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego o braku możliwości prowadzenia zajęć stacjonarnych na wszystkich uczelniach, jesteśmy przygotowani, by zajęcia dydaktyczne prowadzić w formule zdalnej.
- **Kierunki realizowane online synchronicznie** - studia na tym kierunku 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 miejsca, w którym aktualnie przebywasz.
- **Kierunki realizowane hybrydowo** - zajęcia na tym kierunku prowadzone są częściowo online, a częściowo w salach wykładowych. Jako praktycy doskonale wiemy, że nie wszystkie treści, a przede wszystkim umiejętności, można przekazać tylko poprzez naukę online. Warsztaty i spotkania, których nie możemy przeprowadzić online, ponieważ utracą swoją wartość edukacyjną, będą przeprowadzone w salach DSW, gdy tylko pozwoli na to sytuacja.

Program studiów

Zajęcia prowadzone są przez dwa semestry w trybie zaocznym (zjazdy: sobota – niedziela) w wymiarze **192 godzin**. Realizowane są metodami aktywizującymi (ćwiczenia, symulacje, gry, trening) w formule online za pomocą platformy MS Teams.

Warunkiem ukończenia studiów jest:

- obecność na zajęciach;
- zdanie testów po I i II semestrze.

Plan studiów:

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 dsw a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



- Wprowadzenie do e-handlu (4 godz.)
- E-commerce customer journey (4 godz.)
- Public relations i budowanie wizerunku w e-commerce (4 godz.)
- Ekspansja na rynkach międzynarodowych (4 godz.)
- Finanse w e-commerce (aspekt praktyczny) (8 godz.)
- Zarządzanie sprzedażą i CLV w e-commerce (12 godz.)
- Sprzedaż na Allegro (4 godz.)
- Sprzedaż na Amazon (4 godz.)
- Marketing afiliacyjny w e-commerce (4 godz.)
- B2B commerce (4 godz.)
- Płatności w e-handlu (4 godz.)
- Prawne aspekty funkcjonowania e-sklepu (aspekty praktyczne) (4 godz.)
- Zarządzanie projektami w e-commerce (8 godz.)
- Content marketing w e-commerce (8 godz.)
- Social selling (4 godz.)
- Social media w e-commerce (12 godz.)
- Analityka w e-commerce (16 godz.)
- Kampanie Google w e-commerce (12 godz.)
- Kampanie internetowe w e-commerce (16 godz.)
- UX&UI w e-commerce (8 godz.)
- Mobile commerce (8 godz.)
- Technologie w e-commerce (8 godz.)
- Rozwój kariery w e-commerce i efektywny personal branding (4 godz.)
- Video w e-commerce (4 godz.)
- Marketing automation (8 godz.)
- SEO w e-commerce (8 godz.)
- E-mail marketing (8 godz.)



Liczba miesięcy nauki:

9



Liczba godzin: **192**



Liczba zjazdów: **12**



Liczba semestrów: **2**

Wykładowcy

Adam Piwek

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 ds w a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Opiekun merytoryczny kierunku. Menedżer ds. komunikacji i content marketingu w HRLink i Goldenline. Od ponad 15 lat zajmuje się skuteczną komunikacją i prowadzeniem działań marketingowych dla firm z sektora handlu, e-commerce, bankowości, turystyki, czy IT. Pracował m.in. dla takich marek jak Banco Santander, Santander Consumer Bank, Ceneo, Mall.pl, Uber, myPhone, Apsys, Scandic, czy JuraPark udanie wdrażając projekty online czy omnichannel. Trener biznesu i wykładowca Dolnośląskiej Szkoły Wyższej w obszarze digital. Na swoim koncie ma ponad 100 publikacji z zakresu komunikacji, digital marketingu i budowania marki pracodawcy.

Maciej Szeffer

Digital Lead w Socjomani. Specjalista od Customer Journey oraz pozyskiwania, podgrzewania i konwersji leadów. Budując swoje doświadczenie na e-commerce, potrafi dobrać, zaimplementować, skonfigurować, a następnie kontrolować najważniejsze narzędzia Mar-Tech, wspierające działania digitalowe na każdym ich etapie. Od ponad 10 lat praktyk realizacji projektów digital marketingowych, prowadzonych w międzynarodowych zespołach.

Marek Kich

Od ponad 10 lat pomaga firmom uruchamiać i rozwijać się w kanale e-Commerce B2B / B2C. Brał czynny udział w projektach dla firm, które dzisiaj są liderami w swoich segmentach. Na co dzień CEO X-Coding IT Studio - wrocławskiego e-commerce software house. Autor podcastu „Sztuka e-Commerce”, w którym podpowiada firmom, jak sprzedawać więcej, częściej i lepiej w sklepie internetowym.

Michał Zbońkowski

Project Portfolio Manager obszaru E-commerce w Unity. Manager z doświadczeniem w branży e-commerce skoncentrowany na projektowaniu rozwiązań będących fundamentem rozwoju w kierunku wykorzystania potencjału cyfrowej transformacji. Specjalizuje się w tworzeniu i realizacji strategii e-commerce oraz e-marketingu. Ekspert w zakresie analityki internetowej i optymalizacji konwersji w sklepach.

Renata Dasek

CEO w Vorm. Pasjonatka sprzedaży w szczególności w kanale e-commerce. Ekspert w branży mebli i wyposażenia wnętrz z kilkunastoletnim doświadczeniem w zarządzaniu zdywersyfikowanymi obszarami biznesowymi, w tym detaliczną i hurtową siecią handlową. Od kilku lat działa jako doradca i zewnętrzny e-commerce manager odpowiadający na potrzeby małych i średnich przedsiębiorstw w obszarze e-commerce, łącząc wiele różnorodnych obszarów w jedną całość.

Monika Drabczyńska

Digital Marketing Strategist w agencji 360 digital marketing adCookie. W pracy stawia na nieszablonowe i nowatorskie rozwiązania, gdzie w centrum stawiany jest użytkownik. Współpracowała z markami tj.: Skanska, Nokia, czy Santander Consumer Bank Polska. Szerokie doświadczenie w branży e-commerce zdobywała zarządzając projektami z obszaru budowania marki, mediów społecznościowych oraz kampanii SEO/SEM. Certyfikowany

facylitator.

Dominika Zienkiewicz

Performance Marketing Expert w agencji 360 digital marketing adCookie. Certyfikowany ekspert w zakresie kampanii Google Ads ze szczególnym uwzględnieniem kampanii e-commerce. W pracy stawia na efekty. Współpracowała z takim markami jak: Idea Getin Leasing, KRd, FFIL Śnieżka, Aba Group.

Michał Kamiński

Content Marketing Manager w agencji 360 digital marketing adCookie. Z branżą związany około 10 lat – w tym czasie pracował zarówno po stronie agencji, jak i klienta. Prelegent i szkoleniowiec, jak sam o sobie mówi – prowadzi wojnę z przeciętnością i brakiem strategii w content marketingu. Współpracował z takimi markami jak: Homebook, Domodi, ING Bank Śląski, Gerda.

Michał Turek

Specjalista SEO w adCookie. W branży od 2016 r. Zdobyte doświadczenia wraz z ciągłym wewnętrznym rozwojem zainteresowań i umiejętności w zakresie pozycjonowania stron internetowych pozwalają prowadzić mu skuteczne kampanie SEO i tym samym pomagają promować firmy w Internecie. Specjalizuje się w e-commerce, jednak żadnej branży się nie boi. Współpracował z dużymi sklepami z branży AGD, home & garden, fitness, przemysłowej czy spożywczej.

Kamila Miszkurka

Jako Performance Specialist w Tigers odpowiada za prowadzenie działań sprzedażowych dla klientów w mediach społecznościowych oraz Google. Swoją przygodę z marketingiem zaczynała od PR-u, ale od razu okazało się, że to, co lubi najbardziej, to twarde dane. Pierwsze kroki w performance marketingu zdobywała w dużych grupach mediowych, pracowała także po stronie klienta. Prowadziła działania reklamowe na Facebooku, LinkedInie, Twitterze oraz w Google dla klientów z wielu branż.

Oskar Wojciechowski

Senior Performance Specialist w Tigers. Odpowiada za współpracę z klientami w obszarze performance marketingu. W codziennej pracy skupia się na poszerzaniu kompetencji w obszarze performance marketingu. Dzięki różnorodnemu doświadczeniu, w prowadzonych projektach jest w stanie doradzać w obszarach, które nie są jego główną specjalizacją. Zrealizował ponad 120 kampanii na Facebooku i w Google.

Grzegorz Zięba

Współzałożyciel i wiceprezes studia filmowego Ikona oraz Business Partner w agencji 25 wat. Na swoim koncie ma ponad 200 projektów związanych z produkcją filmową dla ponad pół setki klientów - m.in. dla Amazon, Morele.net, eobuwie.pl, Opera Software, CCC, BZWBK - dziś Santander Bank Polska, Mercedes Benz. Aktualnie pomaga także

przedsiębiorcom z obszaru e-commerce także w tworzeniu streamingów czy wykorzystaniu wideo animacji.

Artur Michalak

Head of Operations CEE w Tradedoubler Sp. z .o.o., z 13-letnim doświadczeniem w branży digital, zdobytym m. in. poprzez rozwój kampanii performance marketingu dla klientów z Polski, krajów nordyckich oraz regionu DACH. Jednym z jego nowych wyzwań jest ekspansja biznesowa firmy w obszarze CEE oraz APAC. W wolnym czasie pasjonuje go piłka nożna, muzyka rockowa i dobre kino akcji.

Piotr Sałata

Tworzy produkty cyfrowe. Specjalizuje się w projektowaniu złożonych interfejsów oraz modelowaniu stojących za nimi procesów. Przewodzi własnemu zespołowi UX. Planuje, koordynuje i moderuje badania systemów o dużym stopniu skomplikowania. Wspiera organizacje w cyfrowej transformacji nastawionej na klientocentryczność. Z powodzeniem łączy doświadczenie, wykształcenie i wiedzę techniczną z obszarem User Experience. Edukuje - jest trenerem międzynarodowego certyfikatu UX-PM, autorem szkoleń wskazujących na zastosowanie UX w różnych branżach oraz wykładowcą akademickim. Posiada duże doświadczenie w zakresie wystąpień publicznych.

Michał Leszczyński

Head of Content Marketing & Partnerships w firmie GetResponse. Od dekady związany z online marketingiem, głównie działa w obszarach email marketingu, marketing automation oraz content marketingu.

Partnerzy kierunku



Special promotion for candidates.

Nie czekaj, wypełnij formularz i zgłoś się już dziś

Zapisując się do 2 listopada, zyskujesz 700 zł, dzięki:

- 300 zł zniżki w czesnym odliczanej na pierwszym roku studiów
- 400 zł dzięki zwolnieniu z opłaty wpisowej.

do 2 listopada
studia
700 zł zł
taniej



Ceny dla kandydatów

Studia podyplomowe - inwestycja, która się zwraca

Wybierając studia podyplomowe w Dolnośląskiej Szkole Wyższej możesz rozwinąć swoje kompetencje oraz zdobyć odpowiednie kwalifikacje. Komitet Ewaluacji Jednostek Naukowych (KEJN), w ramach oceny działalności naukowej, przyznał naszej uczelni kategorię B. Oznacza to, że mamy prawo prowadzić studia przygotowujące do zawodu nauczyciela. **Dajemy Ci szansę przełożenia dalszej edukacji na nowe możliwości zawodowe i wzrost wynagrodzenia**, nie tylko w obszarze studiów pedagogicznych, ale też tych z obszaru zarządzania, coachingu, prawa, administracji, informatyki, marketingu oraz psychologii.

Szanujemy też 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.

Online - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2600 zł 2750 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	520 zł 550 zł

Online - Gwarantowane czesne stopniowane

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 ds w a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



Rok nauki

C
z
e
s
n
e**normal_price
rat****price_after_promotion rat**



Ceny dla absolwentów WSB

Online - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2600 zł 2750 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	520 zł 550 zł

Online - Gwarantowane czesne stopniowane

	Rok nauki	C z e s n e
normal_price rat		
	price_after_promotion rat	