

# **E-commerce i zarządzanie platformami sprzedażowymi**

STUDIA PODYPLOMOWE



## Program

**2**

**120**

**7**

Liczba semestrów Liczba godzin zajęć Liczba zjazdów

### **Budowa strategii rynkowej (32h)**

- Analiza rynku, metody prognozowania, strategie rynkowe (8 godz.)
- Strategie wprowadzania nowych produktów na rynek i zarządzania dotychczasową ofertą (8 godz.)
- Narzędzia marketingowe wspierające proces sprzedaży (8 godz.)
- Budowa brandu i zarządzanie marką (8 godz.)

### **Analiza e-ryнку i User Experience (24 godz.)**

- Analiza rynku i konkurencji w e-biznesie oraz narzędzia monitoringu i analizy zachowań internautów (8 godz.)
- UX i specyfika badań UX (12 godz.)
- UX Case study Figma (4 godz.)

### **Content marketing i SEO w e-commerce (32 godz.)**

- Sprzedaż online i strategia inbound marketing (4 godz.)
- Strategia content marketingu sklepu internetowego (4 godz.)
- Tworzenie skutecznego content marketingu (8 godz.)
- Proces SEO. Kluczowe obszary pozycjonowania (4 godz.)
- Strategia SEO sklepu internetowego (4 godz.)
- Pozycjonowanie sklepu internetowego w praktyce (8 godz.)

### **Social Media i Performance Marketing (32 godz.)**

- Narzędzia tworzenia i publikacji treści w social media (8 godz.)
- Google ADS, YouTube, Facebook ADS (8 godz.)
- e-Mail Marketing (8 godz.)
- Reklama internetowa i mobilna (display) (4 godz.)
- Narzędzia automatyzacji procesów marketingowych (4 godz.)



## Forma zaliczenia

- Test sprawdzający wiedzę, projekt.