**Nazwa przedmiotu:**

Zarządzanie obecnością internetową

**Koordynator przedmiotu:**

mgr inż. Krzysztof Bartczak

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Zarządzanie w gospodarce cyfrowej

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

6 / rok ak. 2018/2019

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

2 ECTS
15h laboratorium + 25h praca indywidualna + 20h zapoznanie się z literaturą, przygotowanie się do zajęć = 60h

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

0,5 ECTS
15h laboratorium = 15h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

2 ECTS
15h laboratorium + 25h praca indywidualna + 20h zapoznanie się z literaturą, przygotowanie się do zajęć = 60h

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 0h |
| Laboratorium:  | 15h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

 - od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (laboratorium)

**Cel przedmiotu:**

Przedstawienie podstawowych informacji i zagadnień dotyczących zarządzania obecnością internetową.

**Treści kształcenia:**

C. Laboratorium:
1. Koncepcje i modele związane z SEO, PPC, SEM
2. Wyniki wyszukiwania i pozycjonowanie w wyszukiwarce
3. Optymalizacja On-page i Off-page
4. Analityka. Definiowanie słów kluczowych. Pomiar skuteczności i KPI
5. Platformy social media. Reklama w sieciach społecznościowych
6. Efektywność video advertising
7. Marketing wirusowy

**Metody oceny:**

C. Laboratorium:
1. Ocena formatywna: ocena udziału w pracy zbiorowej, jednostkowej i grupowej.
2. Ocena sumatywna: terminowość wykonania projektów, zaliczenie wszystkich projektów oraz wynik rozmowy zaliczeniowej z prowadzącym.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Sałbut B., 2010, Inbound Marketing. Daj się poznać w Google, serwisach społecznościowych i na blogu, Gliwice: Helion
2. Afuah A., 2003, Biznes internetowy - strategie i modele, Warszawa: Oficyna Ekonomiczna
3. Bailyn E., 2014, SEO dla każdego, Gliwice: Helion
Uzupełniająca:
1. Jones C., Ryan D., 2013, Najlepsze kampanie marketingu cyfrowego, Warszawa: Wolters Kluwer Polska

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt Z1\_W09:**

Student zna i rozumie teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie zastosowań narzędzi informatycznych w zarządzaniu, ze szczególnym uwzględnieniem działań
podejmowanych w środowisku internetowym

Weryfikacja:

Ocena projektów i prezentacji.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z1\_W06:**

Student zna i rozumie teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania marki i zarządzania relacjami z klientem

Weryfikacja:

Ocena projektów i prezentacji.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt Z1\_U12:**

Student potrafi analizować i prognozować procesy i zjawiska społeczne z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi wykorzystywanych w marketingu, w tym również narzędzi IT

Weryfikacja:

Ocena projektów i prezentacji.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z1\_U04:**

Student potrafi identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy społeczne z wykorzystaniem wiedzy z zakresu marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań kreowania marki i zarządzania relacjami z klientem

Weryfikacja:

Ocena projektów i prezentacji.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt Z1\_K02:**

Student jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych

Weryfikacja:

Ocena projektów i prezentacji, aktywność podczas zajęć, praca w grupach, analiza zespołowa poszczególnych projektów.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z1\_K04:**

Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy

Weryfikacja:

Ocena projektów i prezentacji, aktywność podczas zajęć, praca w grupach, analiza zespołowa poszczególnych projektów.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**