**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. 2022/2023

**Liczba punktów ECTS:**

1

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

1 ECTS
15h laboratorium + 7h praca indywidualna + 2h zapoznanie się z literaturą, przygotowanie się do zajęć +1h konsultacji = 25h

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

0,6 ECTS

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

-

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

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

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

- od 8 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (laboratorium)

**Cel przedmiotu:**

Przedstawienie podstawowych informacji i zagadnień dotyczących zarządzania obecnością internetową.

**Treści kształcenia:**

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. Michalak P., Daszkiewicz D., Musz A., 2009, Marketing Wirusowy W Internecie. Gliwice: Helion
Uzupełniająca:
1. Jones C., Ryan D., 2011, Najlepsze kampanie marketingu cyfrowego, Warszawa: Wolters Kluwer Polska
2. Enge E., Reszotnik M., 2013, Sztuka SEO : optymalizacja witryn internetowych, Gliwice: Helion
3. Lupa-Wójcik I., 2018, Social Media Strategicznie Wprowadzenie, Katowice Sophia
4. Chaffey, Dave, Paul R. Smith, and Routledge. Digital Marketing Excellence : Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. 5th ed. London ; New York: Routledge/Taylor & Francis Group, 2017. Print.

**Witryna www przedmiotu:**

moodle.usos.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Charakterystyki przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Charakterystyka Z1\_WG9:**

Absolwent zna i rozumie w zaawansowanym stopniu współczesne technologie informacyjne (w tym narzędzia zarządzania obecnością internetową), co pozwala mu być świadomym ich użytkownikiem i znaleźć ich zastosowania w organizacjach

Weryfikacja:

Laboratorium - Zaliczenie projektów i rozmowy z prowadzącym

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Charakterystyka Z1\_UW5:**

Absolwent potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do analizy potrzeb biznesowych, w tym oczekiwań i potrzeb klientów w warunkach ciągłej transformacji gospodarki. Do w/w analiz dobiera oraz stosuje poznane metody i narzędzia w obszarze obecności internetowej

Weryfikacja:

Laboratorium - Zaliczenie projektów i rozmowy z prowadzącym

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka Z1\_UW8:**

Absolwent potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do nawiązywania i budowania relacji z interesariuszami organizacji z wykorzystaniem zaawansowanych oraz właściwie dobranych technik informacyjno-komunikacyjnych

Weryfikacja:

Laboratorium - Zaliczenie projektów i rozmowy z prowadzącym

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Charakterystyka Z1\_KK1, Z1\_KK2, Z1\_KO4:**

Absolwent rozumie jak istotna jest jego własna wiedza z zakresu zarządzania obecnością internetową dla funkcjonowania i pokonywania problemów w organizacji oraz dla działania w sposób przedsiębiorczy. Jest gotów do jej krytycznej oceny i zasięgania opinii ekspertów w tej dziedzinie

Weryfikacja:

Laboratorium - Zaliczenie projektów i rozmowy z prowadzącym

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**