

KARTA KURSU

Nazwa	Technologie informacyjne w zarządzaniu	
Nazwa w j. ang.	IT in management	
Koordynator	Dr Maciej Kałuża	Zespół dydaktyczny
		Dr Maciej Kałuża
Punktacja ECTS*	2	

Opis kursu (cele kształcenia)

Celem kursu jest zaznajomienie uczestników z podstawami zarządzania i marketingu za pomocą narzędzi IT. Kurs wprowadza podstawy zarządzania firmą w internecie, od budowy strony na szablonie CMS przez pozycjonowanie, kampanie marketingowe po analitykę internetową. Podczas kursu uczestnicy mogą samodzielnie certyfikować się z obsługi narzędzi platformy Google Marketing Platform oraz uzyskać podstawowy certyfikat z Google Analytics.

Warunki wstępne

Wiedza	-
Umiejętności	-
Kursy	-

Efekty uczenia się

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01 W02	K_W01 K_W05

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Umiejętności	U01 U02	K_U03 K_U04

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Kompetencje społeczne	K01	K_K01

		Organizacja										
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach										
		A		K		L		S		P		E
Liczba godzin				30								

Opis metod prowadzenia zajęć

Zajęcia mają formę warsztatów, koncentrując się na umożliwieniu uczestnikom samodzielnego budowania stron (CMS Wordpress) i obsługi narzędzi Google Analytics, Google marketing platform oraz narzędzi analitycznych do pozycjonowania SEO.

Formy sprawdzania efektów uczenia się

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01	X					X							
W02	X					X							
U01	X					X							
U02	X					X							
K01	X					X							
...													

Kryteria oceny

Zaliczenie z oceną umiejętności z obsługi narzędzi z warsztatów.

Uwagi

-

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

CMS Wordpress, instalacja, podstawy pracy, bezpieczeństwo, budowa strony. Google: analityka i kampanie marketingowe. Podstawy pozycjonowania (SEO) i analityki SEO (MOZ, screaming frog). Podstawy budowania kampanii marketingowych (plan marketingowy) i pomiaru (konwersje, google optimize).

Wykaz literatury podstawowej

E. Enge, S. Spencer, The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization, wyd. 3, 2016
K. Marzec, T. Trzósło, AdWords i Analytics. Zostań certyfikowanym specjalistą, 2016

Wykaz literatury uzupełniającej

--

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	30
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	
liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	30
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	
Ogółem bilans czasu pracy		60
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		2