

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
NAZWA PRZEDMIOTU										
Pozycjonowanie marki w Internecie / Brand positioning on the Internet										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:				Wydział Zarządzania i Nauk Technicznych						
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:				Zarządzanie I stopnia						
Profil kształcenia:				ogólnoakademicki						
Nazwa specjalności:				eMarketing & Social Media						
Rodzaj modułu uczenia się:				specjalnościowy						
Rok / Semestr:				Rok 3 semestr 6						
Osoba koordynująca przedmiot:				Dr A. Góralski						
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):				Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji obejmują podstawową znajomość obsługi komputera, przeglądarki internetowej, pakietu biurowego oraz treści przedmiotu eMarketing i sprzedaż online						
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne	10		15							25
Studia niestacjonarne	15		15							30
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Wykład			Metody podające, prezentacje multimedialne, dyskusje, burze mózgów							
Ćwiczenia										
konwersatorium			Metody podające, aktywizujące, zadania problemowe							
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się								Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza:										
1.	Absolwent studiów pierwszego stopnia zna i rozumie: charakter, miejsce i znaczenie nauk ekonomicznych w systemie nauk społecznych oraz ich relację do innych nauk								ZO1_W01 P6S_WG	
2.	Absolwent studiów pierwszego stopnia zna i rozumie: metody analizy statystyczne i narzędzia informatyczne pozyskiwania, analizy i prezentacji danych ekonomicznych i społecznych								ZO1_W11 P6S_WG	
3.	Absolwent studiów pierwszego stopnia zna i rozumie: metody badań marketingowych różnych obszarów działalności przedsiębiorstwa								ZO1_W12 P6S_WG	

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Umiejętności:		
1.	Absolwent studiów pierwszego stopnia potrafi: wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy nauk ekonomicznych oraz wykonywać zadania w warunkach niepewności przez: • właściwy dobór źródeł oraz informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji, • dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym w szczególności metod i narzędzi statystycznych	ZO1_U01 P6S_UW
2.	Absolwent studiów pierwszego stopnia potrafi: wybierać odpowiednie metody i narzędzia analityczne oraz systemy informatyczne wspomagające procesy decyzyjne w organizacji	ZO1_U09 P6S_UW
3.	Absolwent studiów pierwszego stopnia potrafi: formułować oceny proponowanych rozwiązań i uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji, głównie na poziomie operacyjnym i taktycznym	ZO1_U10 P6S_UW P6S_UK P6S_UO
Kompetencje społeczne:		
1.	Absolwent studiów pierwszego stopnia jest gotów do: formułowania sądów w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych	ZO1_K02 P6S_KO
2.	Absolwent studiów pierwszego stopnia jest gotów do: myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	ZO1_K07 P6S_KO
3.	Absolwent studiów pierwszego stopnia jest gotów do: pracy w zespole, przyjmując różne role i funkcje m.in. lidera, przywódcy, innowatora	ZO1_K07 P6S_KO
V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1	Wprowadzenie do procesu pozycjonowania stron w sieci - SEO z ang. searching engine optimization (podstawowe zagadnienia dotyczące pozycjonowania stron, wartość dla pozycjonowania treści)	ZO1_W01 ZO1_W11 ZO1_U01 ZO1_U09 ZO1_U10 ZO1_K07
2	Narzędzia pozycjonowania stron WWW	ZO1_W11 ZO1_W12 ZO1_U01 ZO1_U10 ZO1_K02 ZO1_K07
3	Optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych (zwiększenie widoczności danej strony www optymalizacja kodu strony, optymalizacja treści oraz artykułów zawartych na stronie ze względu na wybrane słowa kluczowe/frazy	ZO1_W11 ZO1_W12 ZO1_U09 ZO1_U10 ZO1_K02 ZO1_K07

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Lp.	Konwersatorium:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się		
1	Budowanie popularności witryny – pozycjonowanie (algorytmy i procesy komputerowe)	ZO1_W11 ZO1_W12 ZO1_U09 ZO1_U10 ZO1_K02 ZO1_K07		
2	Problemy z pozycjonowaniem stron WWW - Etyczne i nieetyczne techniki pozycjonowania	ZO1_W11 ZO1_W12 ZO1_U09 ZO1_U10 ZO1_K02 ZO1_K07		
3	Najlepsze praktyki - Korzyści z pozycjonowania stron w Internecie	ZO1_W01 ZO1_W11 ZO1_W12 ZO1_U01 ZO1_U09 ZO1_U10 ZO1_K02 ZO1_K07		
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)		
Wiedza:				
ZO1_W01 ZO1_W11 ZO1_W12	Zaliczenie pisemne	Wykład/ konwersatorium		
ZO1_U01 ZO1_U09 ZO1_U10	Zaliczenie pisemne	Wykład/ konwersatorium		
Kompetencje społeczne:				
ZO1_K02 ZO1_K07	Zaliczenie pisemne	Wykład/ konwersatorium		
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna	Zakres ocen 3,0-3,5	Zakres ocen 4,0-4,5	Ocena bardzo dobra

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

	Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 50 do 69% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 70 do 89% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje powyżej 89% max. liczby punktów dla danego efektu

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	25	30
Egzamin/zaliczenie		
Udział w konsultacjach		
Projekt / esej	5	10
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych	10	5
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych	10	5
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS	2 ECTS/ 50 h	2 ECTS/ 50 h
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem	25	12
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym	15	20
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań	10	18

IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

1. Bartosz Danowski, Michał Makaruk, Pozycjonowanie i optymalizacja stron WWW. Wydanie II. Ćwiczenia praktyczne, Helion 2021
2. Krzysztof Marzec, Tomasz Trzósło, Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów, Onepress 2022

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

1. Danny Dover, Erik Dafforn, Sekrety SEO. Tajna wiedza ekspertów, Helion 2012

Inne materiały dydaktyczne:

– Moodle. Teams