

Wprowadzenie do e-commerce, e-marketingu i innych form nowoczesnej komunikacji oraz e-sportu

Ramowy program kursu został opracowany w ramach projektu #OurStories nr 2020-1-PL01-KA202-082168 ze środków programu ERASMUS+ Kształcenie i szkolenia zawodowe Partnerstwo strategiczne wspierające wymianę dobrych praktyk, akcja KA-2 w ramach wymiany doświadczeń międzynarodowej grupy projektowej z Czech, Litwy i Polski.

Kierunek kształcenia: dowolny, na podstawie analizy doświadczeń wynikających z projektu #OurStories preferowany technik informatyk, technik reklamy, technik fotografii i multimedialistów

1. Program kursu

L.P.	ZAKRES TEMATYCZNY
1	Wprowadzenie do e-commerce (pojęcie i strategię e-biznesu, czym jest e-commerce, e-produkt, sklepy internetowe i portale aukcyjne, trendy przyszłości).
2	Wymogi prawne dotyczące e-commerce, prawo konsumenckie, dane osobowe, regulamin, polityka prywatności.
3	Marketing internetowy oraz narzędzia i metody promocji (promocja produktu w internecie, płatne formy marketingu internetowego, bezpłatne formy promocji).
4	Optymalizacja, personalizacja i znaczenie strategicznego pozycjonowania strony internetowej.
5	Produkt i analiza rynku (analityka internetowa, audyt strony www, programy do analityki internetowej, programy do analizy zachowań użytkowników).

6	Komunikacja z klientem (sposoby dotarcia do klienta, zasady tworzenia skutecznych, angażujących komunikatów).
7	Rodzaje reklam internetowych (darmowa reklama w social media, reklamy płatne – Facebook, Google, e-mail marketing).
8	Content marketing, social marketing i influencer marketing.
9	Wstęp do fotografii reklamowej i produktowej – zasady i zastosowanie fotografii produktowej, fotografia typu packshot, techniki wykorzystywane w fotografii reklamowej.
10	Aranżacja i kreacja zdjęcia reklamowego – budowanie scenografii, wybór tła i perspektywy, prezentowanie cech funkcjonalnych produktu.
11	Przygotowywanie fotografowanych przedmiotów i produktów.
12	Zwiększenia atrakcyjności produktu i dodawania efektów na planie zdjęciowym.
13	Wprowadzenie do bezpłatnego programu Wordpress – grafika komputerowa i umiejętność tworzenia pięknych materiałów graficznych na wyciągnięcie ręki
14	Obraz wart więcej niż 1000 słów - ćwiczenia praktyczne w bezpłatnym programie Wordpress
15	Wprowadzenie do tematyki e-sportu
16	Branża e-sportowa jako branża generująca olbrzymie zyski, rozrywka, miejsce pracy
17	Specyfika technicznej organizacji wydarzeń e-sportowych
18	Specyfika merytorycznej organizacji wydarzeń e-sportowych
19	Promocja wydarzeń e-sportowych
20	Streaming wydarzeń e-sportowych

Powyższy program kursu zakłada 20 godzin zajęć, z czego 10 godzin przeznaczono na zajęcia praktyczne.

2. Opis potrzeb i wymagań rynku pracy w zakresie pożądanych kompetencji absolwentów

Z badań stanowisk pracy zrealizowanych w ramach projektu „Centrum Kompetencji BOF - kompleksowy model wsparcia i modernizacji systemu kształcenia



zawodowego na terenie Białostockiego Obszaru Funkcjonalnego”, które objęły 340 firm i 1023 stanowiska, w tym 19 stanowisk, na których zatrudniani są absolwenci kierunków technik informatyk, technik reklamy, technik fotografii i multimediiów (informatyk, opiekun sklepu internetowego, specjalista ds. marketingu, specjalista ds. reklamy, specjalista ds. e-commerce, specjalista ds. promocji, marketing, przedstawiciel handlowy, opiekun klienta, administrator, pracownik biurowy, menager, obsługa klienta, obsługa biura) wynika, że na ponad 62% badanych stanowisk jest oczekiwane posiadanie doświadczenia.

W opinii pracodawców największe luki kompetencyjne w efektach kształcenia dotyczą nowoczesnych form komunikacji z klientem, wiedzy i umiejętności w obszarze prowadzenia skutecznych kampanii reklamowych z wykorzystaniem współczesnych narzędzi reklamowych, prowadzenia e-marketingu z wykorzystaniem socialmediów, analityka rynkowa i badanie skuteczności prowadzonych działań marketingowych, sprzedażowych, związanych z prowadzeniem sklepu internetowego i biznesu online.

Duże deficyty zdaniem pracodawców dotyczą również kompetencji personalnych i społecznych. W największym stopniu wskazywali oni na umiejętność radzenia sobie ze stresem, odpowiedzialność za podejmowane działania, inicjatywność i przedsiębiorczość, kreatywność i konsekwencję w realizacji zadań.

3. Cele szkolenia

Celem szkolenia jest nabycie umiejętności wykorzystywania narzędzi marketingu internetowego w prowadzeniu działalności handlowej online. Ponadto ważne jest zdobycie wiedzy i umiejętności z zakresu fotografii reklamowej, produktowej, podstaw grafiki i e-sportu. W czasie szkolenia przedstawione zostaną zagadnienia dotyczące obszaru e-biznesu i marketingu internetowego, w tym metody promocji firmy w sieci za pomocą płatnych i bezpłatnych form reklamy internetowej oraz fotografii i obróbki graficznej z wykorzystaniem bezpłatnych, ogólnodostępnych narzędzi oraz e-sportu. Uczestnicy będą mieli okazję rozwinąć umiejętności sprzedażowe, marketingowe, promocyjne, fotograficzne, graficzne i z zakresu przygotowania i organizacji wydarzeń e-sportowych.

4. Adresaci szkolenia

Uczestnikiem szkolenia może być osoba, która uczy się na kierunkach kształcenia technik informatyk, technik reklamy, technik fotografii i multimediiów oraz chce uzupełnić luki kompetencyjne w obszarze wskazanym w programie szkolenia. Zalecany jest udział ucznia co najmniej 2 roku edukacji w zawodzie.



Uczestnikiem szkolenia może być też każda osoba dorosła zainteresowana zagadnieniami e-commerce, e-marketingu i innych form nowoczesnej komunikacji oraz e-sportu.

5. Forma realizacji szkolenia

W zasadniczej części szkolenie będzie miało formę ćwiczeń praktycznych. Podczas wykładów zaprezentowane zostaną studia przypadków z bogatego doświadczenia trenerów. Podstawowe metody szkolenia to: ćwiczenia praktyczne, wykład, pokaz multimedialny. Dobór metod szkoleniowych powinien być zorientowany na efekt maksymalnego przyswojenia umiejętności praktycznych, umożliwiających szybkie i skuteczne zastosowania w pracy zawodowej.

6. Trener: zasady doboru kadry prowadzącej szkolenie

Szkolenie wymaga zaangażowania dwóch lub nawet trzech trenerów, najlepiej posiadających praktyczne doświadczenie w pracy w działach e-marketingu/nowoczesnej reklamie/e-commerce oraz graficznej/fotograficznej a także w zakresie organizacji wydarzeń e-sportowych. Trener musi posiadać udokumentowaną znajomość zagadnień merytorycznych oraz doświadczenie w kształceniu w branży.

7. Program szkolenia

7.1. Treści edukacyjne

Realizacja programu szkolenia pozwoli na osiągnięcie następujących celów ogólnych kształcenia, takich jak:

- poznanie standardów pracy,
- rozwój kompetencji interpersonalnych,
- rozwój kompetencji informatycznych.

Po ukończeniu szkolenia jego uczestnicy będą przygotowani do wykonywania następujących zadań zawodowych:

- promowanie produktów na stronach internetowych,
- pozycjonowanie stron internetowych,
- analizowanie rynku produktów,
- prowadzenie rozmowy handlowej z klientem,
- prowadzenie strony sklepu internetowego

• . . .

7.2 Efekty osiągnięte po szkoleniu

W zakresie wiedzy:

- omawia pojęcia e-biznesu, e-commerce, e-sportu,
- zna wymogi prawne w e-commerce,
- wie w jaki sposób optymalizować stronę internetową,
- charakteryzuje techniki wykorzystywane przy sprzedaży internetowej.



W zakresie umiejętności:

- potrafi pozycjonować stronę internetową,
- umie prowadzić działania promocyjne na stronach internetowych,
- umie sprawnie posługiwać się narzędziami social marketingu,
- potrafi wykorzystywać programy do analityki internetowej.

W zakresie postaw:

- jest otwarty na nowe wyzwania zawodowe,
- rozumie potrzebę rozwijania umiejętności i aktualizowania zdobytych w czasie szkolenia informacji,
- właściwie wykorzystuje dostępne kanały komunikacji w kontakcie z klientem.

4. Metody i formy dydaktyczne

Realizacja szkolenia odbywa się z uwzględnieniem następujących metod i form dydaktycznych:

- ćwiczenie praktyczne,
- wykład,
- pokazy,
- metody aktywizujące (burza mózgów).

5. Wyposażenie techno-dydaktyczne

- Sala wykładowa,
- Komputer z projektorem multimedialnym,
- Flipchart, flamastry,
- Prezentacja w programie PowerPoint z zakresu merytorycznego szkolenia,
- Filmy obrazujące pracę na stanowiskach związanych ze sprzedażą internetową,
- Materiały do prowadzenia działań marketingowych w Internecie (m.in. komputer z dostępem do Internetu).

6. Środki dydaktyczne - materiały pomocnicze

Indywidualnie dla każdego uczestnika przygotowane materiały szkoleniowe: papier, kserokopie prezentacji szkoleniowych, długopis, wzory dokumentów i formularzy do ćwiczeń.

7. Metody sprawdzania wiedzy i umiejętności uczestników

1. Egzamin końcowy – certyfikacja (jeśli dotyczy)

Egzamin końcowy praktyczny, przewidziany na koniec szkolenia, będzie trwał 1 godzinę szkoleniową (45 min.). Umiejętności praktyczne będą sprawdzane poprzez obserwację pracy w trakcie realizacji zadania. Podczas obserwacji czynności uczestnika szkolenia i dokonywania oceny jego pracy będzie zwracana uwaga na: posługiwanie się terminologią zawodową, stosowania zasad kultury osobistej i etyki



zawodowej, umiejętność interpretowania, analizowania, łączenia zdarzeń i faktów w związku przyczynowo - skutkowe.

2. Test wiedzy - zestaw pytań (jeśli dotyczy)

Sprawdzian egzaminacyjny zostanie opracowany na min. 7 dni przed planowanym egzaminem. Pytania zostaną opracowane przez poszczególnych trenerów. Sprawdzian egzaminacyjny będzie zawierał co najmniej po jednym pytaniu otwartym lub zamkniętym z każdego bloku tematycznego przedstawianego na szkoleniu. Punktacja odpowiedzi zostanie ustalona w momencie opracowania sprawdzianu egzaminacyjnego przed szkoleniem.

3. Inne sposoby sprawdzania wiedzy i umiejętności uczestników (jeśli dotyczy)

- Obecność na szkoleniu (minimum 80%)
- Rozwiązanie testu