



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



WSTI w Katowicach, kierunek Grafika  
opis modułu *Strategie marketingowe SEO/SEM*

**NAZWA PRZEDMIOTU/MODUŁU KSZTAŁCENIA:**

*Strategie marketingowe SEO/SEM*

**Kod przedmiotu: MM02**

**Rodzaj przedmiotu: z zakresu**

**Zakres: Design i Strategie Marketingu Cyfrowego**

**Wydział: Informatyki**

**Kierunek: Grafika**

**Poziom studiów: drugiego stopnia – VII poziom PRK**

**Profil studiów: praktyczny**

**Forma studiów: stacjonarne/niestacjonarne**

**Rok: I**

**Semestr: 2**

**Formy zajęć i liczba godzin:**

**Forma stacjonarna**

**wyklady – 12;**

**laboratorium – 25;**

**Forma niestacjonarna**

**wyklady – 8;**

**laboratorium – 14;**

**Język/i, w którym/ch realizowane są zajęcia: język polski.**

**Liczba punktów ECTS: 3**

**Osoby prowadzące:**

**wykład:**

**laboratorium:**

---

**1. Założenia i cele przedmiotu:**

Przedmiot ma na celu uświadomienie studentom znaczenia optymalizacji stron internetowych w kontekście działań marketingowych i biznesowych oraz zapoznanie ich z technikami i narzędziami służącymi w tym celu.



## 2. Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymaganiami wstępnymi:

Kreowanie wizerunku w mediach cyfrowych i przedmioty związane z marketingiem realizowane w ramach studiów I stopnia.

## 3. Opis form zajęć

### a) Wykłady

- **Treści programowe:**

- Co to jest SEO, znaczenie optymalizacji w działaniach marketingowych
- Różnice między SEO a SEM
- Kluczowe pojęcia SEO i SEM
- Narzędzia optymalizacji
- Znaczenie SEM dla biznesu

- **Metody dydaktyczne:**

- Przedmiot realizowany jest w formie wykładów przy wykorzystaniu narzędzi multimedialnych

- **Forma i warunki zaliczenia:**

- Zaliczenie przedmiotu następuje na podstawie oceny poziomu wiedzy wykorzystanej w zadaniach wykonanych w ramach ćwiczeń oraz prac domowych.

- **Wykaz literatury podstawowej:**

1. Enge Eric, Spencer Stephan, Stricchiola Jessie *SEO, czyli sztuka optymalizacji witryn dla wyszukiwarek*. Wydanie IV Helion, Gliwice 2024
2. Marzec Krzysztof, Trzósł Tomasz *Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics* Helion, Gliwice 2021
3. Podrez-Siama Ewelina *SEO dla blogerów, influencerów i marek osobistych* Helion, Gliwice 2023

- **Wykaz literatury uzupełniającej:**

1. Andrzejczyk A. *SEO Marketing. Bądź widoczny w Internecie* Gliwice Onepress 2022
2. Smith C. *Tajniki Konwersji. Jak zmienić potencjalnego klienta w zadowolonego nabywcę* Gliwice Onepress 2017
3. Cengiel P. *Praktyczne zastosowanie narzędzi SEO w Twojej firmie* Gliwice Onepress 2021

### b) Laboratorium

- **Treści programowe:**

- Poznawanie oraz trening stosowania narzędzi SEO / SEM
- Kształtowanie umiejętności analizy komunikatu marketingowego w kontekście optymalizacji
- Znajdowanie i weryfikacja (badanie) słów kluczowych, nagłówków i mega tagów



WSTI w Katowicach, kierunek Grafika  
opis modułu **Strategie marketingowe SEO/SEM**

- Przygotowanie do projektowania i realizacji kampanii w Google Ads
- **Metody dydaktyczne:**
  - Omówienie zadań
  - Prezentacje przypadków,
  - Dyskusja,
  - Indywidualne rozwiązywanie zadań.
  - Korekty
- **Forma i warunki zaliczenia:**
  - Ocena aktywności studentów podczas zajęć
  - Ocena jakości zadań wykonanych w ramach ćwiczeń i pracy domowej
- **Wykaz literatury podstawowej:**
  1. Enge Eric, Spencer Stephan, Stricchiola Jessie *SEO, czyli sztuka optymalizacji witryn dla wyszukiwarek*. Wydanie IV Helion, Gliwice 2024
  2. Marzec Krzysztof, Trzósło Tomasz *Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics* Helion, Gliwice 2021
  3. Podrez-Siama Ewelina *SEO dla blogerów, influencerów i marek osobistych* Helion, Gliwice 2023
- **Wykaz literatury uzupełniającej:**
  1. Andrzejczyk A. *SEO Marketing. Bądź widoczny w Internecie* Gliwice Onepress 2022
  2. Smith C. *Tajniki Konwersji. Jak zmienić potencjalnego klienta w zadowolonego nabywcę* Gliwice Onepress 2017
  3. Cengiel P. *Praktyczne zastosowanie narzędzi SEO w Twojej firmie* Gliwice Onepress 2021

#### 4. Opis sposobu wyznaczania punktów ECTS

##### a. forma stacjonarna

| Forma zajęć  | Formy aktywności studenta                              | Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności |
|--------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Wykład       | Kontakt z nauczycielem                                 | 12                                                |
|              | Czytanie wskazanej literatury                          | 5                                                 |
|              | Przygotowanie do zaliczenia i realizacja własnych prac | 8                                                 |
| Laboratorium | Kontakt z nauczycielem                                 | 25                                                |
|              | Czytanie wskazanej literatury                          | 5                                                 |
|              | Indywidualne rozwiązywanie zadań                       | 15                                                |
|              | Korekty                                                | 5                                                 |

|                                                   |           |
|---------------------------------------------------|-----------|
| <b>Całkowita ilość godzin aktywności studenta</b> | <b>75</b> |
| <b>Liczba punktów ECTS dla modułu/przedmiotu</b>  | <b>3</b>  |

**a. forma niestacjonarna**

| Forma zajęć  | Formy aktywności studenta                            | Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności |
|--------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Wykład       | Kontakt z nauczycielem                               | 8                                                 |
|              | Czytanie wskazanej literatury                        | 5                                                 |
|              | Przygotowanie do egzaminu i realizacja własnych prac | 12                                                |
| Laboratorium | Kontakt z nauczycielem                               | 14                                                |
|              | Czytanie wskazanej literatury                        | 6                                                 |
|              | Indywidualne rozwiązywanie zadań                     | 15                                                |
|              | Korekty                                              | 15                                                |

|                                                   |           |
|---------------------------------------------------|-----------|
| <b>Całkowita ilość godzin aktywności studenta</b> | <b>75</b> |
| <b>Liczba punktów ECTS dla modułu/przedmiotu</b>  | <b>3</b>  |

**5. Wskaźniki sumaryczne****a. forma stacjonarna**

- a) liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich
  - Liczba godzin kontaktowych – 37
  - Liczba punktów ECTS – 1,5
- b) liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach o charakterze praktycznym.
  - Liczba godzin kontaktowych – 25
  - Liczba punktów ECTS – 2

**b. forma niestacjonarna**

- a) liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich
  - Liczba godzin kontaktowych – 22
  - Liczba punktów ECTS – 0,9
- b) liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach o charakterze praktycznym.
  - Liczba godzin kontaktowych – 14
  - Liczba punktów ECTS – 2

**6. Zakładane efekty uczenia się**

| Efekt | Efekty uczenia się dla przedmiotu | Odniesienie do |
|-------|-----------------------------------|----------------|
|-------|-----------------------------------|----------------|



WSTI w Katowicach, kierunek Grafika  
opis modułu **Strategie marketingowe SEO/SEM**

| przedmiotowy<br>(Symbol) |                                                                                        | kierunkowych<br>efektów<br>uczenia się |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| MM02_W1                  | Jest zorientowany w metodach poprawy skuteczności marketingu internetowego             | K_W09                                  |
| MM02_W2                  | Zna elementy kosztowe optymalizacji marketingu internetowego                           | K_W10                                  |
| MM02_W3                  | Wie jak odnaleźć i wskazać elementy marketingu internetowego wymagające optymalizacji  | K_W13                                  |
| MM02_U1                  | Potrafi analitycznie ocenić skuteczność działań marketingowych                         | K_U14                                  |
| MM02_K1                  | Wykazuje motywację do korygowania wyników pracy pod kątem uzyskania najwyższej jakości | K_K02                                  |
| MM02_K2                  | Posiada umiejętność samooceny i korzystania z inercyjności procesu projektowego        | K_K07                                  |

**7. Odniesienie efektów uczenia się do form zajęć i sposób oceny osiągnięcia przez studenta efektów uczenia się.**

| Efekt<br>przedmiotowy<br>(Symbol) | Forma zajęć |              | Sposób sprawdzenia<br>osiągnięcia efektu                                          |
|-----------------------------------|-------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | Wykład      | Laboratorium |                                                                                   |
| MM02_W1                           | v           | v            | Obowiązkowe zadania projektowe, przegląd zaliczeniowy                             |
| MM02_W2                           | v           | v            | Obowiązkowe zadania projektowe, przegląd zaliczeniowy                             |
| MM02_W3                           | v           | v            | Obowiązkowe zadania projektowe, przegląd zaliczeniowy                             |
| MM02_U1                           |             | v            | Praca kontrolna, obserwacja studenta podczas zajęć. Przegląd zaliczeniowy         |
| MM02_K1                           |             | v            | Obserwacja studenta podczas zajęć, ocena jakości obowiązkowych zadań projektowych |
| MM02_K2                           |             | v            | Obserwacja studenta podczas zajęć, ocena jakości obowiązkowych zadań projektowych |

**8. Kryteria uznania osiągnięcia przez studenta efektów uczenia się.**

| Efekt<br>przedmiotowy<br>(Symbol) | Efekt jest uznawany za osiągnięty, gdy:                          |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| MM02_W1                           | Student poprawnie wykonuje zadania kursowe używając odpowiednich |



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



WSTI w Katowicach, kierunek Grafika  
opis modułu ***Strategie marketingowe SEO/SEM***

|         |                                                                                                   |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         | metod i narzędzi projektowych                                                                     |
| MM02_W2 | Student poprawnie wykonuje zadania kursowe używając uwzględniając kontekst kosztowy               |
| MM02_W3 | Student poprawnie wykonuje zadania kursowe stosując odpowiednie narzędzia analityczne             |
| MM02_U1 | Student samodzielnie wykonuje zadania kursowe używając odpowiednich metod i narzędzi projektowych |
| MM02_K1 | Student poprawnie wykonuje zadania kursowe dążąc do poprawy ich jakości projektowej               |
| MM02_K2 | Student poprawnie wykonuje zadania kursowe akceptując inercyjność procesu projektowego            |