

# Teacher Instructions

Wybierz najlepsze praktyki  
i  
metody nauczania!

---

---

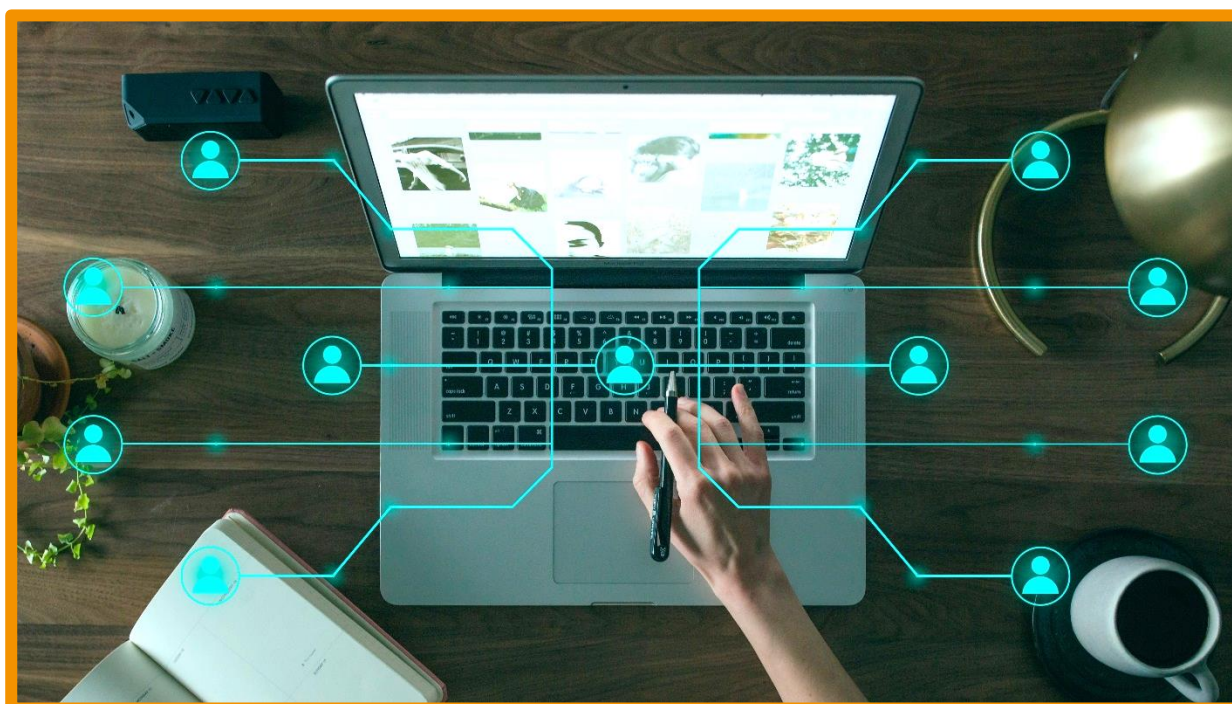
# 1. Wprowadzenie

Korzyści płynące z mediów cyfrowych sprawiły, że stały się one główną metodą komunikacji firm z klientami.

- *interaktywność* - klient może komunikować się z firmą za pośrednictwem przeglądarki internetowej, poczty elektronicznej lub mediów społecznościowych
- *szybkość* - kampania reklamowa w Internecie może zostać uruchomiona w ciągu kilku minut w porównaniu z długim czasem realizacji wymagany w mediach drukowanych, nadawczych i innych tradycyjnych mediach
- *łatwość obsługi* - każdy, kto ma minimalne doświadczenie z codziennymi narzędziami internetowymi, jest w stanie tworzyć i modyfikować strony internetowe, tworzyć treści do mediów społecznościowych lub wchodzić w interakcje z klientami
- *Możliwość targetowania* - technologia cyfrowa umożliwia ukierunkowaną komunikację z docelowymi klientami określonymi demograficznie, geograficznie, a nawet wzorcami użytkowania, takimi jak pora dnia lub typ urządzenia (laptop, tablet, telefon komórkowy).
- *oszczędność kosztów* - przestrzeń cyfrowa i reklama cyfrowa kosztują tylko ułamek cen w tradycyjnych mediach
- *wysoki zwrot z inwestycji* - biorąc pod uwagę wszystkie wymienione powyżej czynniki, zwrot z inwestycji w marketing cyfrowy jest bardzo atrakcyjny dla wszystkich rodzajów działań marketingowych

Celem tego podmodułu jest umiejscowienie korporacyjnej strony internetowej w ogólnym ekosystemie cyfrowym jako kamienia węgielnego w cyfrowej strategii marketingowej firmy. Omawiane tematy umożliwią uczniom zrozumienie znaczenia i możliwości, jakie strony internetowe zapewniają w celu wspierania celów biznesowych firmy. Konkretnym celem nauczania jest zapewnienie praktycznych kompetencji w zakresie planowania i projektowania skutecznych stron internetowych do użytku korporacyjnego. Moduł NIE obejmuje faktycznego tworzenia stron internetowych na żywo, ponieważ wymagane do tego umiejętności zależą w dużej mierze od przyjętej platformy technicznej.

Warunkiem wstępnym pomyślnego uczestnictwa w tym podmodule jest praktyczna znajomość ogólnej teorii marketingu (na przykład Principles of Marketing - Kotler, Armstrong, Saunders, Wong).



Jak wiemy, na rynku nieustannie pojawiają się nowe technologie cyfrowe, aplikacje i usługi komunikacyjne, które są wdrażane do codziennego użytku, gdy tylko staną się powszechnie dostępne. Chociaż nie poświęca się jej zbyt wiele uwagi i szumu, istnieje jedna aplikacja, która przetrwała próbę czasu podczas rewolucji cyfrowej i nadal jest kamieniem węgielnym w zestawie marketingowym każdej firmy - korporacyjna strona internetowa.

W ogólnym rozrachunku strona

- ustanawia firmę w wirtualnym świecie cyfrowym i reprezentuje jej wirtualne istnienie w świecie wirtualnym.
- jest głównym źródłem redagowanych i oficjalnych informacji dotyczących działalności firmy
- to miejsce, w którym firma przyciąga 100% uwagi odwiedzającego i jest w stanie komunikować się z nim na zasadzie 1 do 1

Ten model uczenia się uczy, jak najlepiej wykorzystać korporacyjną stronę internetową i jak ją zaprojektować, aby zapewnić sukces. Omawiane są następujące tematy:

- Wprowadzenie do marketingu cyfrowego i ogólny przegląd
- konfigurowanie strony internetowej
- dostosowanie witryny do celów biznesowych
- Strony internetowe a media społecznościowe
- Projektowanie dla person zakupowych
- ruch gałek ocznych i konwersja
- analiza skuteczności strony

Metoda nauczania w tym module jest interaktywna, gdzie kluczem jest "nauka przez działanie". Ogólny przepływ pracy opisano poniżej i rozpoczyna się od wykładu nauczyciela obejmującego podstawowe zasady każdego tematu, po którym uczniowie otrzymują zadania. Celem zadań jest zapewnienie uczniom praktycznego doświadczenia w projektowaniu stron internetowych i uczenia się najlepszych praktyk poprzez zaplanowany cykl prób i błędów.

Zadania są zgodne z metodologią odwróconego nauczania, w której studenci pracują nad zadaniem opartym wyłącznie na ogólnych informacjach dostarczonych podczas wykładu. Rolą studentów jest praca w zespołach i szukanie dodatkowych informacji i sztuczek projektowych w Internecie oraz uczenie się podczas intensywnych dyskusji w małych zespołach i podczas dyskusji w klasie. Każde zadanie jest sprawdzane i komentowane podczas dyskusji w klasie. Po rundzie komentowania zadania mogą zostać przerobione w celu uwzględnienia wiedzy zdobytej podczas dyskusji.

Powodem stosowania metodologii odwróconego nauczania jest fakt, że marketing cyfrowy ma bardzo interaktywny charakter. Klient wchodzi w bezpośrednią interakcję ze stroną internetową, a marketer jest w stanie monitorować za pomocą narzędzi analitycznych, czy klientom podobało się to, co zobaczyli. Przeglądanie prac projektowych uczniów w klasie symuluje tę interaktywność i umożliwia uczniom zobaczenie i usłyszenie reakcji innych osób na ich prace projektowe oraz wyciągnięcie własnych wniosków dotyczących wymaganej przeróbki.

Ocena projektu strony internetowej jest również bardzo subiektywna. Strona internetowa uwielbiana przez jednego klienta może być zniechęcająca i lekceważona przez innego. Odwrócone nauczanie umożliwia uczniom stworzenie oryginalnego projektu zgodnie z ich najlepszymi aspiracjami, ale także uczy pokory i umiejętności słuchania, gdy ich "doskonały" projekt jest poddawany opiniom "rynków" reprezentowanych przez uczniów w sali.

Wreszcie, danie uczniom szansy na powtórzenie ich projektu jest prawdziwym doświadczeniem edukacyjnym w tym kursie. Sukces pierwszego projektu nie jest kluczowy, ale to, co robisz w oparciu o informacje zwrotne.

## PRZEBIEG TEGO PODMODUŁU JEST NASTĘPUJĄCY:

### Wykład #1 (Cele biznesowe i konfiguracja witryny)

- Wykład na temat ogólnych trendów w marketingu cyfrowym i biznesowego wykorzystania stron internetowych do wspierania celów biznesowych (60 min)
- Ćwiczenie na zajęciach z identyfikacji celów biznesowych na stronach internetowych z recenzją (90 min)
- Wykład na temat zakładania strony internetowej (30 min)
- Wyjaśnienie zadania domowego na kolejny wykład – zadanie zespołowe na temat zakładania witryny (15 min)

### Wykład #2 (Tworzenie treści)

- Przegląd wszystkich zadań zespołowych z poprzedniego wykładu dotyczących konfiguracji witryny.
  - Szybki przegląd pracy 1-2 zespołów nad nazwą domeny, hostingiem i platformą programistyczną. Po dwóch recenzjach reszta prezentacji zazwyczaj zaczyna się powtarzać (15 min)
  - Poświęć odpowiednią ilość czasu na przeglądanie i omawianie prezentacji zespołów na stronach głównych. To wstęp do kolejnego tematu, czyli tworzenia treści. (45 minut)
- Wykład dotyczący tworzenia treści na strony internetowe (45 min)
- Wyjaśnij zadanie domowe na kolejny wykład – zadanie zespołowe na temat tworzenia treści (15 min)

### Wykład #3 (Tworzenie treści i analityka)

- Przejrzyj i omów prezentacje wszystkich zespołów na temat Tworzenie treści z poprzedniego wykładu. Zaangażuj klasę i poproś o obszernie komentarze na temat prezentacji każdego zespołu. Im więcej tym lepiej. Przekaż dokładną informację zwrotną na temat pozytywów i elementów wymagających poprawy dla wszystkich zespołów (120 min)
- Po przejrzeniu i dyskusji wyjaśnij, że pracę można poprawić lub całkowicie przerobić, aby poprawić ocenę.
- Wykład z analityki (30 min)
- Wyjaśnij zadanie domowe na następny wykład – zadanie zespołowe z analityki (15 min)

### Wykład #4 (Recenzja)

- Przejrzyj i omów zadania wszystkich zespołów. Zaangażuj klasę i poproś o obszernie komentarze na temat prezentacji każdego zespołu. Im więcej tym lepiej. Przekazuj szczegółowe informacje zwrotne na temat pozytywów i elementów wymagających poprawy dla wszystkich zespołów. Wyjaśnij, że pracę można poprawić lub całkowicie przerobić, aby poprawić ocenę (60 min)
- Wygłosić wykład podsumowujący całą treść tego podmodułu (60 min)
  - o cele biznesowe
  - o domena, hosting, platforma programistyczna
  - o tworzenie treści
  - o analityka
- Wyjaśnij logistykę i ocenę (przerobionych) zadań, które zespoły chcą ocenić (15 min)

### Ostateczna ocena wszystkich zadań

- Oceń wszystkie zadania oraz wystaw ocenę końcową z przedmiotu



## 2. Efekty uczenia się, które można wykorzystać

MOŻLIWE DO OSIĄGNIĘCIA EFEKTY UCZENIA SIĘ	
1	Po ukończeniu tego podmodułu uczeń potrafi wyjaśnić najnowsze osiągnięcia w marketingu cyfrowym.
2	Po ukończeniu tego podmodułu studenci będą w stanie zdefiniować i udokumentować cele biznesowe dla korporacyjnej strony internetowej.
3	Po ukończeniu tego podmodułu uczniowie będą w stanie zdefiniować nazwę domeny i uzasadnić swój wybór hosta internetowego i platformy programistycznej.
4	Po ukończeniu tego podmodułu uczniowie będą w stanie zaprojektować skuteczne strony internetowe - stronę główną, strony z treścią, strony docelowe. UWAGA! Celem nie jest tworzenie żywych stron internetowych, ale raczej wiedza, jak zaprojektować układ i kopię.

## 3. Treść kursu, która ma być dostarczona w jednostce

TREŚĆ KURSU, KTÓRA MA BYĆ REALIZOWANA W DANEJ JEDNOSTCE	
Temat	Wykład 1A. Wprowadzenie do stron internetowych
Bridge-In	Otwórz temat dotyczący celów biznesowych, wyjaśniając, w jaki sposób marketing cyfrowy jest częścią ogólnego planu marketingowego firmy i dlaczego firmy potrzebują strony internetowej. Pokaż przykłady dobrych i złych projektów stron internetowych, a także różnych zastosowań strony internetowej do wspierania celów biznesowych.
Treść kursu i zajęcia w klasie	<p><b>TREŚĆ</b>          Wyjaśnienie znaczenie marketingu cyfrowego i stron internetowych.          Skorzystaj z dostarczonych materiałów szkoleniowych (slajdów).          Informacje dodatkowe/opcjonalne:  <a href="https://youtu.be/havPfN9RILA">https://youtu.be/havPfN9RILA</a></p> <p><b>ZAJĘCIA</b>          Aktywność na zajęciach:          Podziel uczniów na zespoły (maks. 4 uczniów/zespół) i poproś każdy zespół o przeanalizowanie 3 stron internetowych. Prezentacja musi zawierać a) stronę internetową, b) cele biznesowe, które wspierają, c) ich przykłady wskazane na stronach internetowych. Każdy zespół prezentuje swoje ustalenia na jednej przeanalizowanej stronie internetowej.</p> <p>Klasa omawia wnioski zawarte w każdej prezentacji.</p>

	<b>SZACOWANY CZAS</b> W sali – 60 min na wykład na zajęciach. – 90 min na zadanie na zajęciach z prezentacjami i recenzją. Praca domowa – brak
Przypisane lektury	Materiały dla nauczyciela to zestaw slajdów w materiałach kursu. Materiał pomocniczy: <a href="https://www.opstart.ca/the-importance-of-business-goals-and-objectives/">https://www.opstart.ca/the-importance-of-business-goals-and-objectives/</a>
Lista ocen i terminy płatności	<b>OCENA KSZTAŁTUJĄCA</b> Przegląd i dyskusja w klasie na temat prezentacji PowerPoint każdego zespołu oraz ustnej prezentacji pracy zespołowej w klasie. Nie wystawia się ocen. <b>OCENA SUMATYWNA</b> Brak oceny podsumowującej dla tego tematu.
Przygotowanie instruktora	Podczas zajęć podziel klasę na 3-osobowe grupy. Upewnij się, że uczniowie przynieśli swoje laptopy i sprawdź dostępność projektora do prezentacji.

TREŚĆ KURSU, KTÓRA MA BYĆ REALIZOWANA W JEDNOSTCE	
Temat	Konfiguracja witryny (Wykład nr 1)
Bridge-In	Rozpocznij od wyjaśnienia znaczenia celów biznesowych, po czym wprowadź pojęcia domeny, hosta internetowego i platformy programistycznej. Wyjaśnij, że nie należą one do podstawowej treści kursu, ale uczniowie powinni być świadomi tych tematów. Obszary te mogą wydawać się niepotrzebnie techniczne dla studentów, więc należy podkreślić, że zazwyczaj są one zlecane na zewnątrz podczas konfigurowania witryny. Studenci muszą być ich świadomi, aby móc właściwie zarządzać outsourcingiem.
Treść kursu i zajęcia w klasie	<b>TREŚĆ</b> Wyjaśnij koncepcję domeny i nazwy domeny, hostingu i platform do tworzenia stron internetowych. Podaj przykłady na zajęciach. <b>ZAJĘCIA</b> Praca domowa – zadanie zespołowe Podziel grupę na zespoły liczące maks. 4 uczniów i zadaj im zadanie domowe, podczas którego zespoły analizują 5 różnych nazw domen, 5 różnych hostów internetowych i 5 różnych platform programistycznych. Poproś ich o przeanalizowanie ich według kryteriów podanych w zadaniu. Zespoły powinny przygotować jeden projekt slajdu na stronę główną swojej firmy.

	<b>SZACUNEK CZASU</b> W sali – 60 min na powtórkę pracy domowej – 45 godzin na wykład i zadawanie zadań domowych. Praca domowa – 5 godzin na prace domowe uczniów.
Przypisane lektury	Materiały dla nauczyciela to zestaw slajdów w materiałach kursu.  Materiał pomocniczy: Nazwy domen: <a href="https://youtu.be/qO5qcQgiNX4">https://youtu.be/qO5qcQgiNX4</a> Hosty internetowe: <a href="https://youtu.be/qaMf4hHR2hg">https://youtu.be/qaMf4hHR2hg</a> Platforma do tworzenia stron internetowych: <a href="https://youtu.be/M-QxIUVINHs">https://youtu.be/M-QxIUVINHs</a>
Lista ocen	<b>OCENA KSZTAŁTUJĄCA</b> PowerPoint i ustna prezentacja wyników pracy zespołowej. Ocena opisana w materiałach dotyczących zadania.  <b>OCENA SUMATYWNA</b> Brak oceny podsumowującej dla tego tematu.
Przygotowanie prowadzącego	Przygotuj się do podania przykładów dotyczących domen, hostów internetowych i platform programistycznych.



TREŚĆ KURSU, KTÓRA MA BYĆ REALIZOWANA W JEDNOSTCE	
Temat	Projektowanie stron internetowych (Wykłady nr 2, 3 i 4)
Bridge-In	Projektowanie korporacyjnych witryn internetowych to zdyscyplinowane zadanie, w którym wszystkie aspekty projektu są podporządkowane celom biznesowym/marketingowym, do wspierania których ma służyć witryna internetowa. W tej sekcji dowiemy się, dlaczego firmy muszą mieć stronę internetową, jak wyglądają dobre i złe strony internetowe oraz jak zaprojektować strony internetowe, które najlepiej wspierają Twoje cele biznesowe.
Treść kursu i zajęcia w klasie	<p><b>TREŚĆ</b>          Główne tematy to 1) dlaczego witryna internetowa, 2) dobry czy zły projekt, 3) konwersja, 4) osoby kupujących, 5) ruchy oczu i projekt strony, 6) jak SEO wpływa na projektowanie stron internetowych, 7) strony docelowe i 8) jak Analityka wpływa na projektowanie stron internetowych.</p> <p><b>ZAJĘCIA</b>          Nauczyciel prowadzi wykłady wprowadzające dotyczące konkretnych tematów kursu, wyjaśniając zasady rządzące każdym etapem projektowania. Po wykładzie studenci pracują nad zadaniami zespołowymi w trybie odwróconego uczenia się – małe zespoły projektują własne strony internetowe, które są następnie przeglądane i komentowane przez nauczyciela i innych uczniów w sali.          Wartość tej metody odwróconego uczenia się polega na tym, że kiedy uczniowie zaczynają od własnego projektu, łatwiej jest im zrozumieć i odnieść się do prawidłowych zasad projektowania stosowanych w przypadku korporacyjnych stron internetowych – i ich oryginalnego projektu.          Zadania zespołowe są szczególnie przydatne na tym kursie, ponieważ projekty stron internetowych zawsze zależą od faktu, że to przeglądający, a nie projektant, decyduje, czy strony spełniają swój cel, czy nie. W zespołach możesz czerpać korzyści z ożywionego wewnętrznego generowania pomysłów i wewnętrznej krytyki, jeszcze zanim pokażesz swoją pracę projektową osobom z zewnątrz.</p> <p><b>SZACUNEK CZASU</b>          W sali          – 180 min na powtórkę pracy domowej          – 105 min na wykłady i zadawanie prac domowych          Praca domowa          – 6 godzin na pracę zespołową</p> <p><b>KOŃCOWE ZADANIA DO OCENY</b>          – Każde zadanie zespołowe jest oceniane po zwróceniu. Jednakże każdą pracę można powtórzyć po zwróceniu wszystkich zadań i omówieniu ich na zajęciach. Dzięki temu uczniowie mogą korzystać ze wszystkich nauk, jakie nabyli podczas nauczania.          – Jeżeli zespoły nie zdecydują się na ponowne wykonanie zadań zespołowych, wówczas pierwotne oceny zachowają ważność. Jeśli zespół zdecyduje się powtórzyć swoje zadania, praca końcowa zostanie wykorzystana do oceny uczniów z przedmiotu (50%).</p>



	<p>– Przeprowadzony zostanie także quiz indywidualny, w którym będzie jednak szansa na drugie podejście podczas wykładów. W zależności od używanych platform technicznych, quizy mogą mieć formę egzaminów elektronicznych lub pisemnych egzaminów wielokrotnego wyboru.</p>
Przypisane lektury	<p><b>Projekt strony internetowej</b>          Slajdy z materiału kursu.</p> <p><b>Materiał uzupełniający:</b>          Business benefits of a web site: <a href="https://youtu.be/kTKG1GNURR4">https://youtu.be/kTKG1GNURR4</a>          Good vs. bad web design: <a href="https://youtu.be/uf8VFuce6I">https://youtu.be/uf8VFuce6I</a>          What is a conversion: <a href="https://youtu.be/Ge1W608-IJM">https://youtu.be/Ge1W608-IJM</a>          Buyer personas: <a href="https://youtu.be/9aPAPANeMKg">https://youtu.be/9aPAPANeMKg</a> <a href="https://youtu.be/4Wd1g5P1PuU">https://youtu.be/4Wd1g5P1PuU</a>          Eye tracking: <a href="https://youtu.be/lo_a2cfBUGc">https://youtu.be/lo_a2cfBUGc</a>          Landing pages: <a href="https://youtu.be/bdqSEBSXBPk">https://youtu.be/bdqSEBSXBPk</a>          Google Analytics: <a href="https://youtube.com/watch?v=njri8_gjTs0&amp;si=EnSlkaIECMiOmarE">https://youtube.com/watch?v=njri8_gjTs0&amp;si=EnSlkaIECMiOmarE</a></p>
Lista ocen	<p><b>OCENY FORMATYWNE</b> – Praca domowa/Zadanie zespołowe          Prezentacja w programie PowerPoint i ustna wyników pracy zespołowej. Ocena opisana w materiale zadaniowym.</p> <p><b>OCENY SUMATYWNE</b>          50% ocen ucznia opiera się na pracy zespołowej.          50% oceny studenta opiera się na egzaminie elektronicznym.</p>
Przygotowanie prowadzącego	<p>Podziel ten temat na dowolną liczbę wykładów.          Podziel grupę na zespoły składające się z max. 4 uczniów i przygotuj zadania dla zespołów.          Przekazuj informacje zwrotne na temat prac projektowych na każdym etapie pośrednim w sali.</p>

