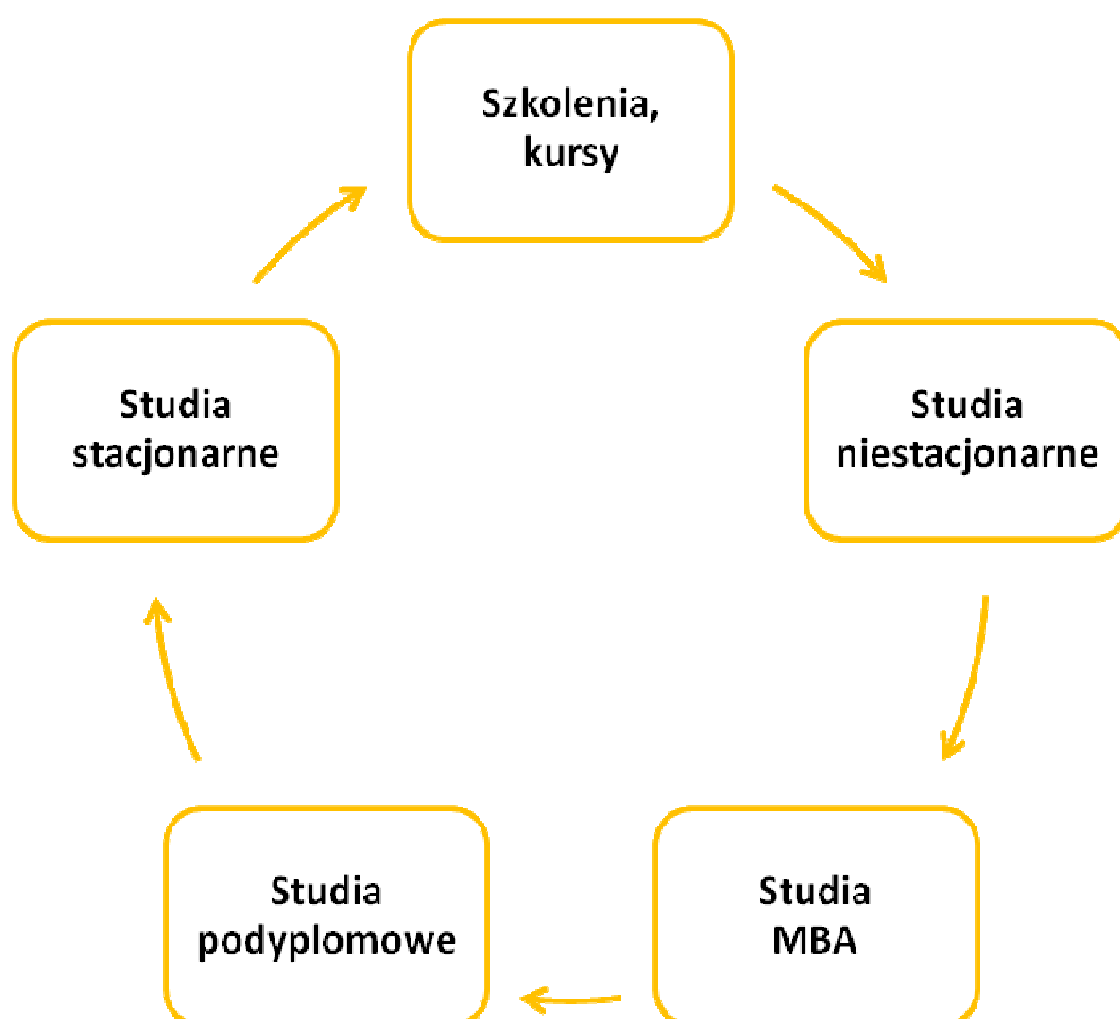


- Szkolenia i usługi dydaktyczne dla firm oraz uczelni wyższych •





**Szanowni Państwo,**

Outsourcing w szkolnictwie wyższym oraz w szkoleniach branżowych – to usługi, które zaczynają wyznaczać kierunek nowoczesnej, efektywnej, ekonomicznej i profesjonalnej edukacji. Dlatego już dziś przedstawiam Państwu ofertę usług dydaktycznych, obejmujących szerokie spektrum nowoczesnych przedmiotów, m.in.:

- **Zarządzanie stronami WWW,**
- **Prawo autorskie w Internecie,**
- **Źródła informacji w Sieci,**
- **E-marketing w praktyce,**
- **Funkcjonalność stron WWW,**
- **E-handel**

i kilkanaście innych.

Powszechna znajomość tych zagadnień zadecyduje, czy i kiedy będziemy mogli zrzucić niemodne już miano *społeczeństwa informacyjnego* na rzecz pełnowartościowych członków **Społeczeństwa Wiedzy**.

Wszystkie z zajęć przedstawionych w niniejszej ofercie mogą zostać dopasowane do Państwa indywidualnych potrzeb i przeprowadzone jako:

- **szkolenia (jeden dzień) lub kursy (kilka spotkań),**
- **zajęcia na regularnych studiach dziennych i zaocznych,**
- **zajęcia na studiach podyplomowych oraz MBA,**
- **inne (w zależności od potrzeb).**

Zapraszam do owocnej współpracy,



**dr Maciej Dutko**

Dutkon.pl

## Tematy zajęć:

● Zarządzanie stronami WWW	5
● E-marketing w praktyce	5
● E-handel	6
● Funkcjonalność stron WWW	7
● Prezentacje multimedialne z elementami NLP	7
● Prawo autorskie w Internecie	8
● Ochrona własności intelektualnej	8
● Źródła informacji w Sieci	9
● Technologia informacyjna	9
● Technologie internetowe	10
● Telepraca – praca XXI wieku	10
● Domeny – internetowe nieruchomości	11
● Telegazeta – dziwoląg mediów	11
● Web 2.0 – za i przeciw	12
● Redagowanie tekstów	12
● Dziennikarstwo on-line	13
● Zastosowanie badań „tajemniczy klient” w marketingu	13
● Inne tematy	14
● <b>O wykładowcy</b>	<b>15</b>

## :: Zarządzanie stronami WWW ::

Strona internetowa jest składnikiem każdej nowoczesnej firmy. Jednak prowadzenie własnej witryny WWW jest zadaniem wymagającym czasu i umiejętności. Złe zarządzanie serwisem prowadzi do utraty klientów i zleceń.

Zajęcia adresowane są głównie do firm, które chcą zbudować profesjonalny zespół zarządzający stroną WWW, a także dla przyszłych redaktorów internetowych. Po ich ukończeniu, witrynę będzie mogła prowadzić każda osoba z podstawową znajomością obsługi komputera i Internetu. Nie jest do tego wymagana żadna specjalistyczna wiedza ani znajomość trudnych języków programowania (np. HTML czy PHP).

### Tematyka:

- zarządzanie różnymi typami stron WWW,
- etapy „życia” witryny (od zarządzania projektem do zarządzania treścią),
- systemy zarządzania treścią (CMS) – narzędzia, możliwości, funkcjonalność, przykłady rozwiązań, porównanie systemów,
- aktualność treści a wartość serwisu,
- CMS – przygotowanie wiadomości krok po kroku, zasady poprawnej redakcji materiału, dobre i złe praktyki,
- zarządzanie stroną WWW bez systemu CMS,
- selekcja i weryfikacja wiadomości ze źródeł internetowych,
- elementy marketingu WWW,
- elementy prawa autorskiego w Sieci.

## :: E-marketing w praktyce ::

Skuteczne zarządzanie stroną WWW to pierwsza połowa sukcesu w Internecie. Drugą stanowi dobry marketing. Zajęcia zapoznają uczestników z kluczowymi aspektami promowania serwisów internetowych, towarów oraz usług w Sieci.

### Tematyka:

- podstawy marketingu (m.in. marketing „mix”, reguła „7P”, model „4C”),
- SEO – optymalizacja i pozycjonowanie stron WWW,
- słowa kluczowe a wartość witryny dla wyszukiwarki,

- czarne SEO, czyli nieetyczne metody promowania,
- przygotowanie kampanii reklamowej, wybór narzędzi,
- mailing a spam,
- linki sponsorowane, reklamy emisyjne, reklamy kontekstowe,
- modele rozliczeń kampanii marketingowych w Sieci (m.in. porównanie efektywności CPC i CPA),
- plan marketingowy i analiza SWOT,
- programy lojalnościowe i partnerskie,
- marketingowe znaczenie domeny internetowej (nazwa a wizerunek),
- komunikacja z rynkiem (modele *feedbacku*),
- copywriting, czyli sztuka perswazyjnego pisania,
- marketingowe znaczenie kolorów, typografii i dynamizacji,
- budowanie zaufania klienta.

## :: E-handel ::

Wprowadzenie do praktyki handlu internetowego wraz z jego uwarunkowaniami technicznymi i marketingowymi, z uwzględnieniem zróżnicowanych form dystrybucji towarów i usług w Internecie.

### Tematyka:

- ewolucja handlu elektronicznego (systemy EDI i EFT, epoka *dot-comów*),
- modele biznesu w Sieci (różne klasyfikacje),
- sklepy internetowe: typy, mechanizmy funkcjonowania, ergonomia, wady i zalety, badania *eye-tracking*,
- logistyka e-sklepu,
- aplikacje e-commerce (programowe i internetowe),
- aukcje internetowe: serwisy aukcyjne, rozpoczynanie sprzedaży na e-aukcjach krok po kroku, zalety i wady,
- inne formy e-handlu (pasaże internetowe, serwisy ogłoszeniowe),
- podstawy e-marketingu,
- płatności internetowe,
- zagadnienia bezpieczeństwa transakcji elektronicznych.

## :: Funkcjonalność stron WWW ::

Dobry serwis internetowy to serwis funkcjonalny. Celem zajęć jest odpowiedź na pytanie, jakie elementy witryny WWW wpływają na jej użyteczność dla użytkownika, i jak je kreować.

### Tematyka:

- wprowadzenie do zagadnień funkcjonalności, użyteczności i ergonomii,
- rola i cechy graficznego interfejsu użytkownika (GUI),
- marketingowe podejście do funkcjonalności serwisu,
- nawigacja i architektura informacji,
- czytelność stron WWW a wygoda korzystania,
- kompatybilność i zgodność ze standardami,
- zagadnienia dostępności (*accessibility*),
- *corporate identity* a funkcjonalność strony WWW,
- adres internetowy a funkcjonalność serwisu,
- komunikacja z klientem a budowanie ergonomii witryny,
- praktyczne audyty wybranych stron internetowych.

## :: Prezentacje multimedialne z elementami NLP ::

Znajomość efektywnych technik prezentacji w biznesie i edukacji zwiększa efektywność przekazu czterokrotnie. Jeśli dodać do tego umiejętnie stosowane aspekty mowy ciała, wywierania wpływu na grupę i programowania zachowań, skuteczność przekazu może wzrosnąć nawet dziesięciokrotnie. Zajęcia adresowane do przedstawicieli wszystkich gałęzi nowoczesnej gospodarki.

### Tematyka:

- zapoznanie z narzędziami tworzenia prezentacji multimedialnych,
- zasady formalnego przygotowywania pokazu,
- dynamizacja prezentacji (multimedia),
- ćwiczenia praktyczne,
- prezencja, dykcja i charyzma wykładowcy – człowiek jako najważniejszy element „multimedialny” prezentacji,
- elementy programowania neurolingwistycznego (NLP) w budowaniu interakcji z audytorium,

- elementy marketingu w wystąpieniach publicznych,
- opcjonalnie: tworzenie prezentacji oferty na strony WWW.

## :: Prawo autorskie w Internecie ::

Rozwój technologii IT, a zwłaszcza Internetu, poważnie zagroził przestrzeganiu praw autorskich. Proponowana tematyka ma na celu budowę świadomości społecznej tego problemu, uchronienie użytkowników oraz autorów przed skutkami piractwa komputerowego oraz przedstawienie odpowiedzi na najczęstsze pytania o własność intelektualną.

### Tematyka:

- własność intelektualna jako dobro niematerialne,
- dozwolony użytek własny a ochrona utworów,
- Internet a ochrona wizerunku,
- „ściągnięcie” plików z sieci P2P (*peer-to-peer*) i ich legalność,
- ochrona techniczna utworów w Sieci (tekst, grafika, muzyka, filmy),
- licencyjny model dystrybucji utworów,
- idee wolnej kultury: *opensource*, *Creative Commons*, *copyleft*, licencja *GNU*, projekty typu *Wiki*.

## :: Ochrona własności intelektualnej ::

Zajęcia poruszające problematykę praw autorskich oraz własności przemysłowej (prawo patentowe) w różnych ujęciach: historycznym, etycznym, technologicznym i praktycznym.

### Tematyka:

- prawo autorskie a prawo patentowe – podobieństwa i różnice,
- kontrowersje wokół ochrony własności intelektualnej,
- ewolucja pojęcia „własność intelektualna”,
- Konwencja Berneńska, WIPO oraz porozumienie TRIPS jako globalne regulatory ochrony twórczości intelektualnej,
- prawa autorskie majątkowe a prawa autorskie osobiste,
- ochrona wizerunku,
- zagadnienia plagiatu i kompilacji,

- wynalazki i patenty a ochrona przemysłowa,
- polskie instytucje na straży własności intelektualnej: ZAiKS, ZPAF, SAP, ZASP, Fundusz „martwej ręki”,
- najważniejsze akty prawne,
- uwarunkowania techniczne i technologiczne,
- projekty otwartej twórczości: *opensource*, *Creative Commons*, *copyleft*, licencja *GNU*, projekty typu *Wiki*.

## :: Źródła informacji w Sieci ::

Spółeczeństwo informacyjne to takie, które tonie w zalewie nieselekcjonowanych wiadomości. Kolejnym etapem rozwoju ludzkości jest ewolucja w kierunku budowy Społeczeństwa Wiedzy. Proponowana tematyka przedstawia zasoby informacyjne sieci Internet oraz zasady efektywnego korzystania z nich.

### Tematyka:

- różnorodność źródeł informacji w Sieci,
- stosowanie skutecznych strategii wyszukiwawczych,
- wyszukiwarki a katalogi internetowe,
- zaawansowane możliwości popularnych wyszukiwarek,
- biblioteki cyfrowe,
- bazy danych (faktograficzne i skierowujące),
- systemy EDD (Electronic Document Delivery),
- zasoby „głębokiego” Internetu,
- zasady selekcji i oceny wiarygodności dokumentów internetowych,
- problematyka źródeł społecznościowych (np. typu *Wiki*).

## :: Technologia informacyjna ::

Wprowadzenie do pracy z komputerem, systemem operacyjnym i Internetem oraz pakietem uniwersalnych narzędzi biurowych.

### Tematyka:

- struktura komputera i urządzeń peryferyjnych,
- środowisko Windows i zarządzanie zasobami systemowymi,

- praca z edytorem tekstów, arkuszem kalkulacyjnym i programem pocztowym,
- wprowadzenie do usługi WWW: obsługa przeglądarek internetowych, zasady wyszukiwania, bezpieczeństwo w Sieci, netykieta,
- wyszukiwanie informacji w Sieci,
- tworzenie prezentacji multimedialnych,
- opcjonalnie: podstawy tworzenia stron WWW.

## :: Technologie internetowe ::

Celem zajęć jest prezentacja najważniejszych usług i narzędzi internetowych oraz przekazanie umiejętności sprawnego i efektywnego poruszania się w zasobach globalnej „pajęczyny”.

### Tematyka:

- geneza, filozofia i struktura sieci Internet,
- podstawy tworzenia stron WWW,
- wprowadzenie do zarządzania witryną internetową,
- funkcjonalność stron internetowych (*web-usability*),
- poczta elektroniczna,
- internetowe źródła informacji (wyszukiwarki, katalogi, encyklopedie, słowniki, bazy danych, e-biblioteki),
- Internet 2.0,
- zagadnienia e-bezpieczeństwa,
- opcjonalnie: wprowadzenie do e-handlu.

## :: Telepraca – praca XXI wieku ::

Praca zdalna przez Internet to model zatrudnienia dynamicznie rozwijający się w nowoczesnych społeczeństwach. Jest to forma bardziej ekonomiczna i elastyczna wobec tradycyjnych relacji biznesowych. Wykład stanowi wprowadzenie do zagadnień telepracy, a zarazem pozwala na wstępne rozpoznanie możliwości jej podjęcia przez pracowników oraz wdrożenia w firmach.

### Tematyka:

- telepraca a technologie IT,

- wady i zalety,
- czynniki sprzyjające zatrudnieniu na odległość,
- typy i formy telepracy,
- predyspozycje telepracowników,
- przyszłościowe zawody pracy zdalnej,
- bariery (technologiczne, ekonomiczne, społeczne, psychologiczne),
- regulacje prawne,
- BH(t)P – bezpieczeństwo i higiena telepracy,
- wdrażanie telepracy krok po kroku.

## :: Domeny – internetowe nieruchomości ::

Odpowiednia domena internetowa jest jednym z najważniejszych elementów sukcesu witryny WWW. Dlatego w ostatnich latach wartościowe adresy zyskały znacznie na wartości i stały się przedmiotem handlu i spekulacji. Wykłady zapoznają uczestników z tajnikami zarządzania domeną jako istotnym elementem marketingu internetowego.

### Tematyka:

- rola i typy domen internetowych,
- wybór i rejestracja adresu krok po kroku,
- operacje na domenach (przekierowanie, parkowanie, transfer, cesja),
- nazwy domenowe w działaniach PR i w budowaniu *corporate identity*,
- handel domenami a kwestie prawne (*cybersquatting*, *typosquatting*),
- rozwiązywanie sporów o nazwy domenowe.

## :: Telegazeta – dziwoląg mediów ::

Systemy teletekstowe, zwane powszechnie „telegazetami”, są fenomenem wśród mediów elektronicznych. Wykład z tego zakresu wprowadzi słuchaczy w tajniki pracy w redakcji telegazety oraz dostarczy ciekawych informacji o jej genezie i rozwoju.

### Tematyka:

- historia i ewolucja systemów teletekstowych na tle rozwoju telewizji,
- przykłady telegazet i ich nazewnictwo,

- telegazeta w systemie mediów,
- organizacja pracy i podstawy redakcji tekstów dla e-mediów,
- aspekty ekonomiczne i techniczne,
- teletekst kontra hipertekst,
- przeszłość telegazety w dobie Internetu,
- opcjonalnie: ćwiczenia praktyczne w systemie teletekstowym.

## :: Web 2.0 – za i przeciw ::

*Wikipedia, Nasza-Klasa, Youtube* – to serwisy WWW, których nazwy od kilku lat nie schodzą z ust internautów. Celem wykładu jest omówienie szans, zagrożeń i krytyki, jaka towarzyszy najmodniejszemu trendowi w Internecie – serwisom społecznościowym. Wskazane zostanie także ryzyko nierzetelności informacji i zagadnienia akredytacji źródeł w świecie dewaluacji autorytetów.

### Tematyka:

- istota web 2.0,
- przykłady serwisów społecznościowych,
- spór o „2.0”,
- zagrożenia i potrzeba akredytacji informacji,
- zasady oceny i wartościowania dokumentów internetowych,
- od społeczeństwa informacyjnego do Społeczeństwa Wiedzy.

## :: Redagowanie tekstów ::

Celem zajęć jest nabycie umiejętności tworzenia i przetwarzania tekstów na potrzeby mediów z zachowaniem standardów językowych, oraz ich modelowania w zależności od przeznaczenia.

### Tematyka:

- podstawy klasycznej redakcji tekstów,
- specyfika redakcji na potrzeby różnych mediów cyfrowych (np. Internet, telegazeta), redakcja w systemach hybrydowych,
- elementy copywritingu (pisanie tekstów perswazyjnych),
- systemy zarządzania treścią (CMS) i ich znaczenia dla pracy serwisów informacyjnych,

- źródła informacji,
- prawo autorskie i prasowe,
- organizacja pracy redakcji elektronicznej,
- współpraca z odbiorcami (czytelnikami, telewidzami, słuchaczami),
- zagadnienia telepracy dla redaktorów.

## :: Dziennikarstwo on-line ::

Zajęcia adresowane dla przyszłych i obecnych dziennikarzy internetowych. Ich celem jest przekazanie wiedzy oraz praktycznych umiejętności tworzenia elektronicznych serwisów informacyjnych i zapoznanie ze specyfiką pracy redakcji internetowej.

### Tematyka:

- charakterystyka dziennikarstwa internetowego wobec tradycyjnego,
- narzędzia informatyczne w pracy dziennikarza on-line,
- źródła informacji dziennikarskiej (wyszukiwanie, selekcja i ocena informacji, problemy z rzetelnością danych, web 2.0 jako nowy model podejścia do wiedzy i informacji),
- obróbka tekstów i optymalizacja grafiki oraz multimediiów na potrzeby środowiska cyfrowego,
- organizacja i praca elektronicznych serwisów internetowych,
- prawo autorskie i prasowe.

## :: Zastosowanie badań „tajemniczy klient” w marketingu ::

„Tajemniczy klient” (*mystery shopping*) to technika praktycznych badań marketingowych, pozwalająca ocenić jakość świadczonych usług. Jej istotą jest fakt, że anonimowy audytor wciela się w rolę prawdziwego klienta: pyta, wybrzydza i... zbiera informacje ważne dla szefów i menedżerów firm: jak pracuje personel? w jaki sposób pracownik zachęca klientów do zakupu? czy kadra przestrzega obowiązujących standardów i jest kompetentna? Badania *mystery shopping* wpływają na poprawę jakości i konkurencyjności firmy.

### Tematyka:

- istota i cel badań typu „tajemniczy klient”,

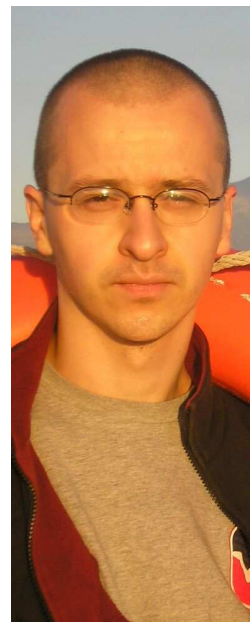
- rozwój tej metody, przegląd firm badawczych oraz analiza możliwości samodzielnego przeprowadzania badań *mystery shopping*,
- zalety i ograniczenia metody,
- charakterystyka i wymagania stawiane audytorom,
- mechanizm audytu i budowanie przykładowych scenariuszy badań,
- zastosowanie i odmiany *mystery shopping* w e-biznesie.

## :: INNE TEMATY ::

- **10 sposobów na negatywa – najczęstsze błędy e-sprzedawców**
- **Aukcje internetowe – krok po kroku**
- **Copywriting**
- **Komputer i Internet dla seniora**
- **Komputer i Internet w pracy dziennikarza**
- **Konkurencyjność przedsiębiorstw**
- **Ocena dokumentów WWW**
- **Podstawy grafiki komputerowej**
- **Praca z edytorem tekstów**
- **Projektowanie stron WWW**
- **Tworzenie skutecznych ofert sprzedaży**
- **Tworzenie stron WWW dla początkujących**

## :: dr Maciej Dutko ::

Redaktor, wykładowca akademicki i szkoleniowiec, specjalista ds. Internetu i nowych mediów. Absolwent Uniwersytetu Wrocławskiego, autor rozprawy doktorskiej nt. funkcjonalności typograficznej stron WWW.



### Ponadto:

- autor książek „[E-biznes. Poradnik praktyka](#)” (Helion 2009) oraz „[Domeny internetowe](#)” (PWN 2008),
- redaktor naczelny i wydawca Telegazety oraz stron WWW w **TVP Wrocław** (2002-2006),
- zdobywca **5. miejsca** w ogólnopolskim rankingu wykładowców,
- szkoleniowiec serwisu **Allegro** (od 2007),
- stypendysta **Ministerstwa Edukacji Narodowej**,
- właściciel Grupy Internetowej [Dutkon.pl](#), redaktor współpracujący z licznymi wydawnictwami i redakcjami (także zagranicznymi),
- konsultant biznesowy w zakresie handlu elektronicznego oraz funkcjonalności stron WWW,
- doradca i szkoleniowiec w zakresie e-marketingu i copywritingu,
- autor wykładów internetowych w e-learningowym serwisie **Ekademia.pl** (trener „Dutkon”),
- wykładowca na **studiach MBA** i studium podyplomowym **Nowoczesny marketing**,
- twórca serwisów [Wikiwersytet.pl](#) oraz [Akademia-Internetu.pl](#).

Więcej informacji: [Dutko.pl](#)

**Dutkon.pl**

www.dutkon.pl • dutkon@dutkon.pl

tel. 601 256 291