

Nowoczesny marketing

STUDIA PODYPLOMOWE



Program studiów

9

170

10

2

Liczba miesięcy nauki Liczba godzin zajęć Liczba zjazdów Liczba semestrów

Wprowadzenie do marketingu (16 godz.)

- podstawy marketingu i jego ewolucja (4 godz.)
- narzędzia i instrumenty promocji (4 godz.)
- innowacje marketingowe – analiza trendów i narzędzi cyfrowych (8 godz.)

Zarządzanie marką (16 godz.)

- zarządzanie marką i jej atrybutami (8 godz.)
- reputacja i jej wpływ na budowanie marki osobistej (8 godz.)

Skuteczne kampanie reklamowe (40 godz.)

- psychologiczne mechanizmy reklamy (8 godz.)
- planowanie kampanii reklamowej i pomiar efektywności (8 godz.)
- współpraca z agencjami marketingowymi, reklamowymi i badawczymi (8 godz.)
- badania marketingowe – metody i techniki (8 godz.)
- prognozowanie zjawisk rynkowych oraz wyznaczanie celów marketingowych i sprzedażowych (8 godz.)

Zarządzanie doświadczeniami klienta (8 godz.)

- customer experience (CX) (8 godz.)

Social media i video marketing (16 godz.)

- charakterystyka i najważniejsze funkcje kanałów: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok (8 godz.)
- video marketing (8 godz.)

Działania kreatywne (16 godz.)

- business model canvas i design thinking (8 godz.)
- copywriting – kreatywna praca z tekstem (8 godz.)



Digital marketing (16 godz.)

- wprowadzenie do Google Ads (8 godz.)
- e-mail marketing i automatyzacja (8 godz.)

Analityka webowa (16 godz.)

- podstawy Google Analytics 4 (8 godz.)
- monitoring internetu - Brand24 (8 godz.)

Public relations (8 godz.)

- narzędzia współpracy z mediami (8 godz.)

Prawne aspekty działań marketingowych (8 godz.)

- zawieranie umów na usługi marketingowe (4 godz.)
- RODO w komunikacji marketingowej (4 godz.)

Praca indywidualna (10 godz.)

- projekt

Forma zaliczenia

- test zamknięty, jednokrotnego wyboru