



UNIWERSYTET WSB **MERITO**  
CHORZÓW KATOWICE

wcześniej  
Wyższa Szkoła  
Bankowa

# Praktyczny marketing internetowy

STUDIA PODYPLOMOWE



## **Program studiów**

### **Wprowadzenie do digital marketingu (8 godz.)**

- definicja pojęć i wskaźników:
  - trendy,
  - kanały komunikacji,
  - zasady zakupu i dystrybucji mediów,
  - systemy i nośniki aukcyjne,
  - internet polski i światowy,
  - rodzaje agencji marketingowych i współpraca z nimi,
  - kursy, certyfikaty.

### **Strategie marki i strategie komunikacji (8 godz.)**

- koncepcje i modele strategii
- strategia vs. taktyka
- budżetowanie kampanii
- definicja celów, planów działania
- określanie grup docelowych
- raportowanie i pomiar skuteczności

### **Kampanie Search Marketing (16 godz.)**

- SEM / SEO / SEA,
- modele związane z SEO i PPC,
- SEO – zasada działania,
- mechanika wyszukiwarki,
- profil użytkownika w wyszukiwarce,
- kampanie ADS w wyszukiwarce,
- optymalizacja i analityka,
- planer słów kluczowych,
- warsztaty.



## **Facebook w marketingu marki (16 godz.)**

- monitoring social mediów,
- rodzaje contentu,
- modele reklamowe,
- analityka social mediów,
- warsztaty.

## **Content marketing (8 godz.)**

- rola content marketingu,
- formaty i narzędzia,
- redagowanie i dobre praktyki,
- efektywność i pomiar skuteczności,
- reklama natywna.

## **E-mail marketing (8 godz.)**

- wprowadzenie pojęć,
- planowanie i testowanie kampanii,
- narzędzia do e-mail marketingu,
- segmentacja,
- dobre praktyki anty-SPAM,
- projektowanie e-mail marketingu.

## **Sklep internetowy (e-commerce) (8 godz.)**

- rynek e-commerce,
- trendy, pojęcia,
- integracje, migracje danych,
- mCommerce,
- marketplace (Allegro, Amazon, eBay),
- metody płatności,
- logistyka.



## **Analityka internetowa (16 godz.)**

- struktura Google Analytics,
- wskaźniki, interpretacja danych,
- atrybucja,
- definiowanie celów,
- mierzenie konwersji,
- warsztaty.

## **Strategie marketing automation (8 godz.)**

- istota systemu
- znaczenie CRM
- metody generowanie leadów (lead generation)
- planowanie kampanii edukacyjnych (lead nurturing)
- monitoring i segmentacja kontaktów (lead scoring)
- potencjały omnichannel (wielokanałowość)
- narzędzia i integracje

## **User Experience w komunikacji (8 godz.)**

- pojęcia podstawowe,
- heurystyki Nielsena,
- narzędzia UX,
- metody analizy UX.

## **Psychologia konsumenta (8 godz.)**

- statystyki konsumenckie,
- decyzje konsumenckie i marketing,
- prawo Webera-Fechnera,
- informacje podprogowe,
- pamięć konsumencka,
- motywacje zakupowe.



## **Influencer Marketing (4 godz.)**

- rola Influencerów w XXI w
- dobór na linii influencer - content - target
- rodzaje kampanii,
- budowa kampanii,
- narzędzia,
- zagrożenia ze współpracy z Influencerami

## **Mobile Marketing (4 godz.)**

- pojęcia
- tworzenie aplikacji mobilny
- aplikacje mobilne (natywne i hybrydowe)
- optymalizacja www pod kątem mobile
- formaty reklamowe
- SMS marketing
- Proximity marketing
- Internet rzeczy
- analityka i pomiar efektywności kampanii

## **WordPress w marketingu (8 godz.)**

- instalacja,
- podstawowe wtyczki,
- budowa strony landing page,
- integracje,
- WooCommerce.

## **SEO (8 godz.)**

- SEO

## **YouTube Marketing (8 godz.)**

- YouTube Marketing



## **Efektywność marketingu w sprzedaży (4 godz.)**

- Efektywność marketingu w sprzedaży

## **Personal Branding na LinkedIn (8 godz.)**

- Personal Branding na LinkedIn

## **Podcasty w marketingu (4 godz.)**

- Podcasty w marketingu

## **TikTok (4 godz.)**

- TikTok

## **X / Twitter (4 godz.)**

- X / Twitter

## **Instagram (4 godz.)**

- Instagram

## **Grafika i typografia (4 godz.)**

- Grafika i typografia

## **AI w marketingu (16 godz.)**

- Narzędzia AI w SEO
- Narzędzia AI content marketingu
- Narzędzia AI w e-commerce
- Automatyzacje w marketingu i sprzedaży