

Copywriting - jako narzędzie sprzedaży i reklamy

STUDIA PODYPLOMOWE



Program studiów

9

172

10

2

Liczba miesięcy nauki Liczba godzin zajęć Liczba zjazdów Liczba semestrów

Podstawy pracy copywritera (36 godz.)

- Ćwiczenia na kreatywność dla copywritera (10 godz.)
- Sztuka barwnego pisania (6 godz.)
- Organizacja czasu i produktywność (4 godz.)
- Poprawność językowa (6 godz.)
- Marka osobista copywritera (4 godz.)
- AI w pracy copywritera (6 godz.)

Web copywriting (16 godz.)

- Tworzenie treści na strony www (16 godz.)

Optymalizacja płatnych kampanii (26 godz.)

- Google Ads (10 godz.)
- Lejki sprzedażowe (10 godz.)
- Reklama na LinkedIn (6 godz.)

SEO copywriting (16 godz.)

- Optymalizacja treści pod kątem SEO (16 godz.)

E-marketing i sprzedaż (12 godz.)

- Podstawy e-marketingu (6 godz.)
- Psychologia sprzedaży (6 godz.)

Content copywriting (16 godz.)

- Tworzenie artykułów na bloga (16 godz.)

Krótkie treści (12 godz.)

- Spoty radiowe, ulotki, ogłoszenia, posty na Social Media, hasła reklamowe (12 godz.)



Sales copywriting (16 godz.)

Tworzenie treści do ofert sprzedażowych (16 godz.)

PR copywriting (14 godz.)

- Notki prasowe, wywiady, opinie, komentarze, notki biograficzne (14 godz.)

Projekt (8 godz.)

- Seminarium projektowe (8 godz.)

Forma zaliczenia

- Egzamin końcowy polegający na obronie projektu