

Sztuczna inteligencja w digital marketingu

STUDIA PODYPLOMOWE



Program studiów

9

170

11

2

Liczba miesięcy nauki Liczba godzin zajęć Liczba zjazdów Liczba semestrów

Wprowadzenie do digital marketingu (20 godz.)

- Fundamenty Nowoczesnego Digital Marketingu (4 godz.)
- Modele biznesowe online, platformy cyfrowe i trendy (AI, Web3, Creator Economy) (4 godz.)
- Marketing Driven Company - dlaczego firmy zarządzane marketingowo wygrywają (12 godz.)

Zachowania konsumenta w sieci (12 godz.)

- Psychologia zachowań konsumenckich w sieci (4 godz.)
- Persony i psychografia, czyli określanie grup docelowych (4 godz.)
- Jakościowe i ilościowe badania marketingowe (4 godz.)

Strategia i zarządzanie marketingiem (20 godz.)

- Warsztat z tworzenia Customer Value Proposition i Customer Journey Map (6 godz.)
- Tworzenie lejka sprzedażowego w internecie (4 godz.)
- Warsztaty ze strategii marketingowej - od insightu do skalowania (6 godz.)
- Marketing Analytics, KPI, ROI i zarządzanie budżetem (data-driven marketing) (4 godz.)

Prawo w internecie (6 godz.)

- Prawo dla marketerów: copyright, RODO, AI Act, etyka komunikacji i inne nowości (6 godz.)

Content marketing (22 godz.)

- Content Marketing & Brand Storytelling - pojęcia podstawowe (4 godz.)
- Warsztat z tworzenia strategii i planu contentowego (6 godz.)
- Content Marketing a SEO. Praktyczne zastosowanie narzędzi SEO & AI w Digital Marketingu (6 godz.)
- Warsztat tworzenia treści: Copywriting & Webwriting z użyciem AI (6 godz.)

Performance marketing (18 godz.)

- Google Ads - skuteczna reklama w sieci reklamowej Google (6 godz.)



- Facebook & Instagram Ads - panel reklamowy i dobre praktyki (8 godz.)
- Pozostałe kanały Performance Marketingu: TikTok, Twitter, LinkedIn, Pinterest (4 godz.)

Email marketing & marketing automation (14 godz.)

- Lead generation, consent marketing i budowa baz danych (4 godz.)
- Planowanie i realizacja kampanii email marketingowych (6 godz.)
- Marketing Automation, czyli automatyzacja działań marketingowych w internecie (4 godz.)

Social media (26 godz.)

- Wstęp do Social Mediów (4 godz.)
- Trendy i AI w komunikacji w social mediach (6 godz.)
- Influencer Marketing i Ambasadorzy Marki (8 godz.)
- Warsztaty: Short-form video: Reels, TikTok, Shorts – tworzenie, montaż i dystrybucja (8 godz.)

Serwisy internetowe i podstawy user experience (22 godz.)

- Wstęp do projektowania stron WWW, UX/UI i konwersja (8 godz.)
- Landing Pages - Tworzenie skutecznych stron docelowych (8 godz.)
- Analityka Internetowa - Podstawy pracy z Google Analytics i Google Tag Manager (6 godz.)

Projekt (8 godz.)

- Seminarium podyplomowe (8 godz.)

Forma zaliczenia (2 godz.)

- Test (1 godz.)
- Egzamin końcowy (1 godz.)