UNIWERSYTET WSB MERITO ŁÓDŹ

wcześniej Wyższa Szkoła Bankowa

Digital Marketing Masterclass

STUDIA PODYPLOMOWE

Program studiów

DIGITAL MARKETING - PODSTAWY I TRENDY (8 godz.)

- Rynek reklamy internetowej
- Internauci w Polsce i na Świecie
- Kanały komunikacji w Internecie – rodzaje, koncepcje klasyfikacji
- Rodzaje i klasyfikacja podmiotów związanych z rynkiem reklamy w Internecie
- Podstawowe modele zakupu I emisji reklamy w sieci
- Współpraca z agencją – podstawowe zagadnienia
- Marketing offline vs online

STRATEGIA I PLANOWANIE (8 godz.)

- Koncepcje i modele strategiczne
- Analiza, metody, narzędzia i źródła informacji
- Definiowanie celów
- Definiowanie grup docelowych
- Definiowanie planu działań i taktyk
- Metody budżetowania i rozliczania kampanii
- Pomiar skuteczności
- Raportowanie wyników

DISPLAY ADVERTISING i PROGRAMMATIC (16 godz.)

- Podstawowe pojęcia
- Formaty reklamy display
- Mechanika działania display
- Efektywność reklamy display
- Parametry kampanii display
- Planowanie kampanii display
- Kreacja w kampanii display
- Pomiar skuteczności i KPI
- Podstawowe pojęcia i koncepcje Programmatic
- Mechanika i działanie Programmatic buying
- Bidding w Programatic

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Łodzi, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- Ewaluacja w kampanii

SEARCH ENGINE MARKETING (8 godz.)

- Koncepcje i modele związane z SEO i PPC
- SEM/SEO/SEA – podstawowe pojęcia
- Efektywność działań SEM
- Mechanika SEO
- Optymalizacja on-page i off-page
- Inbound marketing
- Definicja słów kluczowych
- Bidding w reklamie AdWords
- Copy w reklamie AdWords
- Pamiar skuteczności i KPI

VIDEO ADVERTISING (8 godz.)

- Podstawowe pojęcia
- Rodzaje i formaty reklamy video
- Serwisy z treściami video
- Modele emisji i zakupu
- Efektywność video advertising
- Twórcy kontentu – vlogging, youtuberzy
- VOD i branded content
- Telewizja hybrydowa

SOCIAL MEDIA (16 godz.)

- Podstawowe pojęcia i koncepcje web 2.0
- Platformy social media
- Social Listening i monitoring
- Planowanie i publikowanie contentu
- Reklama w sieciach społecznościowych
- Efektywność social media marketingu

CONTENT MARKETING I WEBWRITING (8 godz.)

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Łodzi, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- Sposoby, formy i narzędzia tworzenia treści
- Sposoby redagowania treści w Internecie
- Reklama natywna
- Efektywność content marketingu
- Pomiar skuteczności

MOBILE MARKETING (12 godz.)

- Podstawowe pojęcia i koncepcje związane z marketingiem mobilnym
- Efektywność mobile marketingu
- Optymalizacja strony www pod kątem urządzeń mobilnych
- Aplikacje mobilne
- Testowanie aplikacji mobilnych
- Reklama mobilna
- Serwisy mobilne i responsywne
- Proximity marketing
- SMS marketing
- Internet of Things
- Analityka mobilna

E-MAIL MARKETING (8 godz.)

- Podstawowe pojęcia i koncepcje
- Planowanie kampanii
- Online&Offline data capturing
- Spam i Spam Filters
- Segmentacja
- Email design
- Testowanie
- Narzędzia do email marketingu
- Mierniki i efektywność e-mail marketingu
- Marketing automation

E-COMMERCE (16 godz.)

- Podstawowe pojęcia i koncepcje handlu w sieci

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Łodzi, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- Rynek ecommerce w Polsce
- Trendy i tendencje
- Ropo i showrooming
- M-commerce
- E-commerce I inne obszary marketingu internetowego
- Płatności e-commerce

ANALITYKA INTERNETOWA I UX (12 godz.)

- Podstawowe pojęcia i narzędzia związane z webanalityką
- Tworzenie i struktura konta Google Analytics
- Atrybucja i targetowanie stron oraz treści
- Cele i konwersja
- Wskaźniki i wymiary
- Podstawowe pojęcia i koncepcje User Experience
- Heurystyki Nielsena
- Metody i narzędzia analiz i pomiaru UX

PRAWO W INTERNECIE (8 godz.)

- Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji a reklama w sieci
- Prawo prasowe a marketing internetowy
- Prawo karne a marketing internetowy
- Umowy, składanie zleceń i odpowiedzialność prawna w marketingu internetowym
- Reklama trudnych grup produktowych (alkohol, papierosy, leki, haznard)
- Reklama i marketing skierowany do dzieci
- Aspekty prawa autorskiego w sieci
- Zarządzanie danymi i prywatność
- Aspekty prawne e-commerce

TRENDY W DIGITALU (8 godz.)

- Trendy w digitalu

PRZYGOTOWANIE DO EGZAMINU (8 godz.)

- Przygotowanie do egzaminu

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Łodzi, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Forma zaliczenia

- egzamin końcowy
- dodatkowo egzamin certyfikacyjny

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Łodzi, studentem zawierana jest w formie pisemnej.