

Digital Marketing Masterclass

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Marketing i sprzedaż

Cechy: Od października • Polski • W partnerstwie

Miasto: Opole

To kierunek dla osób, które:

- chcą zdobyć konkretną wiedzę i umiejętności w obszarze digital marketingu,
- zawodowo zajmują się marketingiem (manager, digital marketer, freelancer itd) i chcą działać bardziej skutecznie online,
- myślą o przebranżowieniu i startują w świecie nowoczesnych technologii i mediów,
- mają doświadczenie w e-commerce i chcą je przekuć na realne efekty sprzedaży (w swoich działaniach lub dla klientów),
- szukają ścieżki rozwoju, która zwiększa szanse na awans lub zmianę pracy.



Zdobądź międzynarodowy certyfikat DIMAQ i wyróżnij się na rynku

W programie studiów Digital Marketing Masterclass znajdziesz coś więcej niż tylko teorię – **przygotowanie do prestiżowego egzaminu DIMAQ**. To międzynarodowy standard kwalifikacji w marketingu cyfrowym, **uznawany w całej Europie i rekomendowany przez IAB Europe**.

Certyfikat DIMAQ to potwierdzenie, że **masz aktualną wiedzę, praktyczne skille i rozumiesz cyfrowe środowisko jak zawodowiec**.

Dzięki certyfikacji zyskujesz **przewagę na rynku pracy - nie tylko w Polsce, ale też w 8 innych krajach**. Dołączasz do społeczności ekspertów, którzy mają dostęp do unikalnej bazy wiedzy, wydarzeń branżowych i materiałów rozwojowych. **To szansa na nawiązanie wartościowych kontaktów i wejście na wyższy poziom kariery**.

Z DIMAQ zyskujesz wiarygodność i zaufanie klientów oraz partnerów biznesowych – pokazujesz, że jesteś profesjonalistą gotowym działać w oparciu o rynkowe standardy.

4

bezpłatne szkolenia

92%

uczestników poleca studia podyplomowe.

Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.

Dostęp online

Wysoka jakość kształcenia. Wszystkie materiały dydaktyczne będą dostępne dla Ciebie online.

1

partner kierunku:

• IAB Polska

Kadra złożona z praktyków

Zajęcia prowadzą eksperci i pasjonaci swojej dziedziny, którzy mają realne doświadczenie.

Networking i rozwój kompetencji

Studia rozwijają kompetencje niezależnie od doświadczenia. Dzięki interaktywnym zajęciom i wymianie doświadczeń z innymi zyskasz wiedzę, umiejętności i cenne kontakty.

Praktyczny charakter studiów:

- na zajęciach dominują warsztaty, ćwiczenia i case studies,
- prace projektowe przygotowywane są zespołowo.

Program

8

Liczba miesięcy nauki

128

Liczba godzin zajęć

8

Liczba zjazdów

2

Liczba semestrów



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 (12 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 Programmatic



- Ewaluacja w kampanii

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

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
- Pomiar skuteczności i KPI

Content marketing i webwriting (8 godz.)

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



Trendy w digitalu (8 godz.)

- Trendy w digitalu

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, hazard)
- Reklama i marketing skierowany do dzieci
- Aspekty prawa autorskiego w sieci
- Zarządzanie danymi i prywatność
- Aspekty prawne e-commerce

Social media (12 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

E-commerce (12 godz.)

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



Mobile marketing (8 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

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

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

Przygotowanie do egzaminu (8 godz.)

- Przygotowanie do egzaminu

Forma zaliczenia

- egzamin końcowy
- dodatkowo egzamin certyfikacyjny

Warunki przyjęcia

Aby zostać uczestnikiem studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito, należy:

- mieć **ukończone studia licencjackie, inżynierskie lub magisterskie**,
- złożyć **komplet dokumentów i spełnić wymogi rekrutacyjne**
- o przyjęciu decyduje **kolejność zgłoszeń**.
[Dowiedz się więcej](#)

Możliwości dofinansowania

- **Pierwsi zyskują najwięcej!** Im szybciej się zapiszesz, z tym większej zniżki skorzystasz.
- Oferujemy również specjalne, **większe zniżki dla naszych absolwentów**.
- Możesz skorzystać z **dofinansowania z Bazy Usług Rozwojowych**.
- Funkcjonuje u nas **Program Poleceń**.
- Pracodawca może dofinansować Ci studia, otrzymując dodatkową zniżkę w ramach Programu Firma.
- Warto sprawdzić możliwości **dofinansowania z KFS**.
[Dowiedz się więcej](#)

Czego się nauczysz?

- Poznasz efektywne metody wykorzystywania dostępnych narzędzi stosowanych w digital marketingu.
- Nauczysz się **tworzyć skuteczne strategie digitalowe** – od analizy danych po planowanie kampanii i budżetów.
- Zgłębisz **tajniki social mediów, SEO, e-commerce i content marketingu** – wszystko na realnych przykładach.
- Dowiesz się, czym jest **marketing mobilny** i jak go wykorzystać w działaniach komunikacyjnych.
- Poznasz **narzędzia i metody webanalityki i UX**, które pomagają zwiększać konwersje i dopasować treść do użytkownika.



- Zdobędziesz **wiedzę, która przygotowuje Cię do zdobycia certyfikatu DIMAQ** – jednego z najważniejszych w branży.

Ceny

Dla Kandydatów

1 rok

10 rat

606 zł ~~700 zł~~ (10 x 606 zł)
Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 600zł

Dla naszych absolwentów

1 rok

10 rat

566 zł ~~700 zł~~ (10 x 566 zł)
Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 560zł

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.