

# Digital Marketing Masterclass

## STUDIA PODYPLOMOWE

**Sposób realizacji:** Online

**Obszar studiów:** Marketing i sprzedaż

**Cechy:** Od października • Polski • Certyfikat • W partnerstwie

**Miasto:** Poznań

### 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.



# 92%

uczestników poleca studia podyplomowe  
Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.

Zdobędziesz **międzynarodowy certyfikat DIMAQ**, potwierdzający kompetencje w dziedzinie digital marketingu.

### Microsoft 365

Nasi uczestnicy otrzymują darmową licencję A1, która obejmuje popularne aplikacje, takie jak Outlook, Teams, Word, PowerPoint, Excel, OneNote, SharePoint, Sway i Forms.

# 1

**partner kierunku:**

■ IAB Polska Sp. z o.o.

### Networking i rozwój kompetencji

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

### Kadra złożona z praktyków

Zajęcia prowadzą doświadczeni specjaliści, którzy na co dzień pracują w branży digital. To eksperci swojej dziedziny, **posiadający certyfikat DIMAQ**.

### Praktyczny charakter studiów:

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

## Program studiów

# 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 Web Writing (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
- Egzamin certyfikacyjny

## **Partner kierunku**



## 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 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?

- Zdobędziesz **wiedzę, która przygotuje Cię do zdobycia międzynarodowego certyfikatu kwalifikacji DIMAQ** – jednego z najważniejszych w branży.
- Poznasz efektywne metody wykorzystywania **dostępnych narzędzi stosowanych w digital marketingu.**
- Nauczysz się **tworzyć skuteczne strategie digitalowe** – od analizy danych po planowanie kampanii i budżetów
- 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.
- Zgłębisz **tajniki social mediów, SEO, e-commerce i content marketingu** – wszystko na realnych przykładach.

## Ceny



## Dla Kandydatów

### 1 rok

1 rata	<b>6120 zł</b> <del>7000 zł</del> (1 x 6120 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 6060zł
2 raty	<b>3060 zł</b> <del>3500 zł</del> (2 x 3060 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 3030zł
10 rat	<b>612 zł</b> <del>700 zł</del> (10 x 612 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 606zł
12 rat	<b>556 zł</b> <del>630 zł</del> (12 x 556 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 551zł

## Dla naszych absolwentów

### 1 rok

1 rata	<b>5720 zł</b> <del>7000 zł</del> (1 x 5720 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 5660zł
2 raty	<b>2860 zł</b> <del>3500 zł</del> (2 x 2860 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 2830zł
10 rat	<b>572 zł</b> <del>700 zł</del> (10 x 572 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 566zł
12 rat	<b>523 zł</b> <del>630 zł</del> (12 x 523 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 518zł

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.

## Wykładowcy

### mgr Anna Zaborowska

- Specjalizuje się w copywritingu i webwritingu, szczególnie w treściach SEO, ucząc skutecznego i przyjaznego użytkownikom pisania do internetu.
- Ekspertka w tworzeniu contentu budującego autorytet witryny oraz pisaniu zgodnym z zasadami Helpful Content.
- Współautorka książki „SEO w praktyce” pod redakcją A. Strzeleckiego oraz prelegentka Festiwalu SEO.
- Doświadczenie w tworzeniu treści użytkowych do internetu zdobywała jako copywriter-freelancer i pracownik agencji reklamowej, współtworząc strategie treści dla największych e-commerce w Polsce.

### dr Michał Krzewicki

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 8/10 między Uniwersytetem WSB Merito w Poznaniu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.



- Radca prawny, absolwent prawa i ekonomii, doktor nauk prawnych – specjalność: prawo cywilne; autor publikacji z zakresu prawa cywilnego oraz prawa reklamy.
- Od kilkunastu lat prowadzi zajęcia dydaktyczne z zakresu prawa cywilnego, dzieląc się wiedzą teoretyczną i praktycznym doświadczeniem, które wspierają rozwój studentów i ich kompetencji.
- W ramach swojej kancelarii prawnej zajmuje się obsługą prawną przedsiębiorców, w szczególności z branży finansowej, IT, e-commerce i marketingu.
- Posiada kilkunastoletnie doświadczenie procesowe w prowadzeniu sporów cywilnych, gospodarczych i rodzinnych, skutecznie łącząc wiedzę prawniczą z praktyką sądową.

### **dr hab. Sławomir Gawroński**

- Specjalizuje się w komunikacji marketingowej, digital marketingu i PR. Autor ponad 100 publikacji naukowych. Nauczyciel akademicki z 25-letnim doświadczeniem w Polsce i za granicą.
- Doświadczony ekspert, wieloletni współpracownik NAWA, PARP, NCBiR i FnRNP. Członek Akademii Kopernikańskiej oraz Sektorowych Rad ds. Kompetencji w komunikacji marketingowej i przemyśle lotniczym.
- Kierownik międzynarodowych projektów badawczych, ekspert komisji akredytacyjnych Republiki Słowenii oraz Czarnogóry.
- Posiadacz certyfikatów DIMAQ Professional, Six Sigma Black Belt, EFFAS ESG Essentials oraz Agile PM. Akredytowany egzaminator DIMAQ.

## **Wypowiedzi osób**

Studia oferują możliwość nauki od doświadczonych specjalistów i praktyków branży, co jest nieocenionym źródłem wiedzy i inspiracji. Wiedza przekazywana przez wykładowców opiera się na aktualnych badaniach i najlepszych praktykach, co gwarantuje, że absolwenci będą dysponować najnowszymi informacjami i umiejętnościami poszukiwanymi na rynku pracy. Kierunek posiada najszerszy na rynku szkoleniowym zakres tematów dotyczących działań w Internecie.

### **Magdalena Murzyn, kierownik merytoryczny kierunku**

Edukacja w zakresie digital marketingu przygotowuje do podjęcia pracy w tej fascynującej branży, oferując zarówno teoretyczne podstawy, jak i praktyczne umiejętności niezbędne do skutecznego zarządzania kampaniami marketingowymi w Internecie. Specjaliści z tej dziedziny muszą być na bieżąco z najnowszymi trendami i narzędziami, co wymaga ciągłego samorozwoju i adaptacji do szybko zmieniającego się środowiska.

### **Bartosz Paczyński, wykładowca, trener DIMAQ Professional**

W marketingu pracuje od 13 lat i miałam możliwość pracy w różnych jego obszarach. W ubiegłym roku uznałam, że warto zgłębić obszar digital marketingu, w oparciu obserwacji trendów rynkowych, jak i własnego rozwoju z tego obszaru. Był to idealny wybór, zarówno do poukładania wiedzy, jak i jej poszerzenia w tym obszarze. W mojej opinii program obejmował wszystkie kluczowe aspekty marketingu



cyfrowego, a zdobyta wiedza pomoże mi szczególnie w codziennej pracy nad raportami prowadzonych kampanii.

**Kamila Lipińska, absolwentka**