

# Praktyczny marketing internetowy

STUDIA PODYPLOMOWE



## Program studiów

**9**

**194**

**14**

**2**

Liczba miesięcy nauki Liczba godzin zajęć Liczba zjazdów Liczba semestrów

### Wprowadzenie do digital marketingu (8 godz.)

- definicja pojęć i wskaźników,
- trendy,
- kanały komunikacji,
- zasady zakupu i dystrybucji mediów,
- systemy i nośniki aukcyjne,
- internet polski i światowy,
- rodzaje agencji marketingowych i współpraca z nimi,
- kursy, certyfikaty.

### Strategie marki i strategie komunikacji (8 godz.)

- koncepcje i modele strategii,
- strategia vs. taktyka,
- budżetowanie kampanii,
- definicja celów, planów działania,
- określanie grup docelowych,
- raportowanie i pomiar skuteczności.

### Kampanie Search Marketing (16 godz.)

- SEM / SEO / SEA,
- modele związane z SEO i PPC,
- SEO - zasada działania,
- mechanika wyszukiwarki,
- profil użytkownika w wyszukiwarce,
- kampanie ADS w wyszukiwarce,
- optymalizacja i analityka,
- planer słów kluczowych,



- warsztaty.

## **Facebook w marketingu marki (16 godz.)**

- monitoring social mediów,
- rodzaje contentu,
- modele reklamowe,
- analityka social mediów,
- warsztaty.

## **Content marketing (8 godz.)**

- rola content marketingu,
- formaty i narzędzia,
- redagowanie i dobre praktyki,
- efektywność i pomiar skuteczności,
- reklama natywna.

## **E-mail marketing (8 godz.)**

- wprowadzenie pojęć,
- planowanie i testowanie kampanii,
- narzędzia do e-mail marketingu,
- segmentacja,
- dobre praktyki anty-SPAM,
- projektowanie e-mail marketingu.

## **Sklep internetowy (e-commerce) (8 godz.)**

- rynek e-commerce,
- trendy, pojęcia,
- integracje, migracje danych,
- mCommerce,
- marketplace (Allegro, Amazon, eBay),
- metody płatności,
- logistyka.



## **Analityka internetowa (16 godz.)**

- struktura Google Analytics,
- wskaźniki, interpretacja danych,
- atrybucja,
- definiowanie celów,
- mierzenie konwersji,
- warsztaty.

## **Strategie marketing automation (8 godz.)**

- istota systemu,
- CRM,
- lead generation,
- lead nurturing,
- lead scoring,
- omnichannel,
- narzędzia i integracje.

## **User Experience w komunikacji (8 godz.)**

- pojęcia podstawowe,
- heurystyki Nielsena,
- narzędzia UX,
- metody analizy UX.

## **Psychologia konsumenta (8 godz.)**

- statystyki konsumenckie,
- decyzje konsumenckie i marketing,
- prawo Webera-Fechnera,
- informacje podprogowe,
- pamięć konsumencka,
- motywacje zakupowe.



## **Influencer Marketing (4 godz.)**

- rola influencerów,
- dobór: influencer – content – target,
- rodzaje kampanii,
- narzędzia,
- zagrożenia.

## **Mobile Marketing (4 godz.)**

- tworzenie aplikacji,
- aplikacje natywne i hybrydowe,
- optymalizacja www,
- SMS marketing,
- proximity marketing,
- internet rzeczy,
- analityka.

## **Display i Programmatic (8 godz.)**

- display i programmatic

## **WordPress w marketingu (8 godz.)**

- instalacja,
- wtyczki,
- landing page,
- integracje,
- WooCommerce.

## **SEO (8 godz.)**

- Analiza słów i fraz,
- Budowa klustrów tematycznych,
- Analiza konkurencji,
- Analiza techniczna SEO,
- LinkBuilding,



- Budowa strategii SEO.

## **YouTube Marketing (8 godz.)**

- Zasady dźwięku i obrazu,
- Typy contentu,
- Marka osobista.

## **Efektywność marketingu w sprzedaży (4 godz.)**

- Analiza narzędzi wspierająca sprzedaż,
- Analiza skutecznych kampanii digital,
- Zasady synergii marketingu i sprzedaży w firmie.

## **Personal Branding na LinkedIn (8 godz.)**

- Budowa profilu,
- Zasady publikacji treści,
- Algorytm LinkedIn,
- Fundamenty marki osobistej.

## **Podcasty w marketingu (4 godz.)**

- Sprzęt,
- Scenariusz podcastu,
- Zasady nagrywania.

## **TikTok (4 godz.)**

- Zasady algorytmu,
- Trendy,
- Typy treści.

## **X / Twitter (4 godz.)**

- Trendy,
- Treści,
- Kampanie.



## **Instagram (4 godz.)**

- Komunikacja statyczna,
- Komunikacja video,
- Marka osobista,
- Kreacje i content,
- Zasady budowy profil

## **Grafika i typografia (4 godz.)**

- Zasady kreacji social media,
- Zasady kreacji display,
- Komunikacja wizualna w digital marketingu.

## **AI w marketingu (8 godz.)**

- narzędzia AI w SEO,
- narzędzia AI w content marketingu.

## **Egzamin (2 godz.)**

- test sprawdzający wiedzę po I i II semestrze.

## **Forma zaliczenia**

- Test końcowy