

Praktyczny marketing internetowy

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry **W PARTNERSTWIE OD PAŹDZIERNIKA**

Opis kierunku

Studia w formule online (synchronicznie).

Nową wiedzę i umiejętności zdobywasz, dzięki zajęciom realizowanym na platformie MS Teams. Z wykładowcami i uczestnikami studiów kontaktujesz się przez internet, w czasie rzeczywistym (synchronicznie). W zajęciach uczestniczysz w weekendy, zgodnie z ustalonym harmonogramem zjazdów.

Kierunek realizowany online jest efektem współpracy **Uniwersytetów WSB Merito z Chorzowa, Poznania, Szczecina i Warszawy**. Dzięki temu na zajęciach online spotkasz się z uczestnikami i wykładowcami z innych miast.

Nie istnieje dziś marketing bez użycia kanałów internetowych. Mało tego – użytkownicy oczekują reklam, wręcz lubią, gdy docierają do nich informacje o nowych produktach czy usługach w obszarach, które ich interesują. To gigantyczny potencjał sprzedażowy. Studia na kierunku „Praktyczny marketing internetowy” rozłożą przed Tobą cały wachlarz narzędzi internetowych: social media, kampanie Ads, SEO, content marketing, PR, e-mailing, wideo marketing i wiele innych. Nauczysz się wyznaczać cele, tworzyć kampanie marketingowe i mierzyć ich efektywność. Te studia nie tylko podniosą Twoją wartość na rynku pracy, zobaczysz, jak zmienia się również Twoje prywatne funkcjonowanie wirtualnej przestrzeni i jak świadomie korzystasz z możliwości, które daje Internet.

W sprawach związanych z rekrutacją (np. ilości dostępnych miejsc czy terminy składania dokumentów) skontaktuj się z naszym biurem rekrutacji, do którego kontakt uzyskasz na dole strony.

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 poznana a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Jeśli zainteresował Cię ten kierunek i chcesz dowiedzieć się więcej w kwestiach merytorycznych (np. planu zajęć czy programu studiów) skontaktuj się z nami bezpośrednio - dsp@poznan.merito.pl

Co zyskujesz?

W elementarny sposób wyjaśnimy😊pojęcia i skróty używane w świecie współczesnego marketingu.

Rozwiniesz najlepsze techniki marketingowe i współczesne trendy.

Poznasz kluczowe narzędzia marketingowe i nauczysz się z nich korzystać.

Zajęcia prowadzone są przez praktyków.

Na zajęciach omawiane są realne case study.

Zdobyta wiedza i umiejętności realnie podnoszą Twoje kwalifikacje na rynku pracy.

Poznasz metody analizy zachowań e-konsumentów, wyciągania wniosków i implementacji wiedzy w narzędziach marketingu internetowego.

Nauczysz się budowania strategii marketingowych i ich wdrażania.

Zdobędziesz umiejętności tworzenia😊procesów😊marketingowych w organizacjach lub optymalizacji😊już istniejących.

Dla kogo?

Przedsiębiorców😊oraz menedżerów😊mikroprzedsiębiorstw i MŚP

Właścicieli startupów

Samodzielnych handlowców😊B2B

Firm😊e-commerce

Specjalistów😊ds. marketingu

Jednoosobowych😊działalności gospodarczych

Sektora NGO

Freelancerów

Pracowników😊agencji marketingowych

PR-owców

Bezpłatne szkolenia

Uczestnikom naszych studiów podyplomowych dajemy możliwość uzyskania dodatkowych umiejętności przez uczestnictwo w bezpłatnych szkoleniach z różnych obszarów, np. psychologii, biznesu, marketingu i nowych technologii.

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 poznana a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Szkolenia realizowane są w II semestrze. Szczegółowe informacje przekazywane są przez koordynatora kierunku.

Program studiów

Studia w całości zrealizujesz w formule zdalnej. Z wykładowcą spotykasz się online w czasie rzeczywistym także podczas zaliczeń, projektów czy egzaminów.

Program kierunku praktyczny marketing internetowy



Liczba miesięcy nauki:
9



Liczba godzin: **192**



Liczbajazdów: **12**



Liczba semestrów: **2**

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.)

- konceptcje 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

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 poznana a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

modele związane z SEO i PPC
SEO - zasada działania
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 media
rodzaje contentu
modele reklamowe
analityka social media
warsztaty

CONTENT MARKETING (8 godz.)

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

E-MAIL MARKETING (8 godz.)

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

SKLEP INTERNETOWY (E-COMMERCE) (8 godz.)

rynek e-commerce w Polsce i na świecie
trendy, tendencje, pojęcia
integracje, migracje danych, narzędzia efektywnościowe
mCommerce
Marketplace (Allegro, Amazon, eBay)
rodzaje i metody płatności
logistyka

ANALITYKA INTERNETOWA (16 godz.)

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

STRATEGIE MARKETING AUTOMATION (8 godz.)

istota systemu
znaczenie CRM
metody generowanie leadów (lead generation)
planowanie kampanii edukacyjnych (lead nurturing)
monitoring i segmentacja kontaktów (lead scoring)
potencjały omnichannel (wielokanałowość)
narzędzia i integracje

USER EXPERIENCE W KOMUNIKACJI (8 godz.)

podstawowe pojęcia
heurystyki Nielsena
narzędzia UX
metody analizy i interpretacji UX

PSYCHOLOGIA KONSUMENTA (8 godz.)

statystyki konsumenckie
decyzje konsumenckie a aspekty marketingowe
prawo Webera-Fechnera
informacje i odbiór podprogowy
najlepsze i najgorsze reklamy dla konsumentów
jak działa pamięć konsumencka
motywacje i motywy zakupowe

INFLUENCER MARKETING (4 godz.)

rola Influencerów w XXI w
dobór na linii influencer - content - target
rodzaje kampanii
budowa kampanii
narzędzia
zagrożenia ze współpracy z Influencerami

MOBILE MARKETING (4 godz.)

pojęcia
tworzenie aplikacji mobilnych
aplikacje mobilne (natywne i hybrydowe)
optymalizacja www pod kątem mobile
formaty reklamowe
SMS marketing
Proximity marketing
Internet rzeczy
analityka i pomiar efektywności kampanii

DISPLAY I PROGRAMATIC (8 godz.)

Display i programmatic

WORDPRESS W MARKETINGU (8 godz.)

Instalacja
podstawowe wtyczki
Budowa strony landing page
Integracje
WooCommerce

SEO (8 godz.)

SEO

YOUTUBE MARKETING (8 godz.)

YouTube marketing

EFEKTYWNOŚĆ MARKETINGU W SPRZEDAŻY (4 godz.)

Efektywność marketingu w sprzedaży

PERSONAL BRANDING NA LINKEDIN (8 godz.)

Personal Branding na LinkedIn

PODCASTY W MARKETINGU (4 godz.)

Podcasty w marketingu

TIKTOK (4 godz.)

TikTok

X / Twitter (4 godz.)

X / Twitter

INSTAGRAM (4 godz.)

Instagram

GRAFIKA I TYPOGRAFIA (4 godz.)

Grafika i Typografia

AI w Marketingu (8 godz.)

Narzędzia AI w SEO

Narzędzia AI content marketingu

Forma zaliczenia



Test sprawdzający
wiedzę po I semestrze



Test sprawdzający
wiedzę po II semestrze

Wykładowcy

Łukasz Miller

Founder & CEO Fundacji Strategie Marketingowe. Ekspert w dziedzinie performance marketingu, marketing automation i inbound marketingu. Obecnie zawodowo związany z agencją marketingową, wcześniej z DIGITREE GROUP (dawne SARE S.A.), gdzie był odpowiedzialny za wdrożenia systemów e-mail marketing i marketing automation. W SALESmanago odpowiedzialny za kanał partnerski (PL), gdzie zajmował się edukacją agencji marketingowych z zakresu automatyzacji procesów marketingowych oraz wdrażał rozwiązania automatyzacji w e-commerce i firmach sektora MŚP. Występuje w roli prelegenta oraz autora artykułów w branżowych czasopismach. Twórca cyklu eventów z serii "Spotkania Biznesu i Marketingu". Od ponad 9 lat związany z branżą marketingową.

Kamil Zieliński

Psycholog, trener biznesu, nauczyciel akademickim i przedsiębiorcą. Pełni funkcję menedżera kierunku psychologia w biznesie oraz kierownika zakładu dydaktycznego psychologii w biznesie. Prowadzi firmę szkoleniowo-konsultingową KZ Kamil Zieliński. Zawodowo uczy wykorzystania psychologii w życiu i biznesie. Ma doświadczenie biznesowe, handlowe, menedżerskie i akademickie. Jest członkiem Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu. Pełni funkcję eksperta do spraw psychologii społecznej i komunikacji w Centrum Analiz Miejskich IRRP oraz recenzenta naukowego portalu Mała Psychologia. Interesuję się zagadnieniami związanymi z psychologią biznesu, w szczególności wywieraniem wpływu, perswazją, myśleniem krytycznym, kreowaniem wizerunku, sprzedażą oraz psychologią oszustwa.

Maja Wiśniewska

Marketing Manager w SMSAPI - platformie do masowej wysyłki SMS. Rozwija działania marketingowe marki w zakresie pozyskiwania klientów z kanału digital oraz relacje marki z odbiorcami za pomocą działań content marketingowych, w social media oraz realizuje strategię PR serwisu. Na co dzień podróżniczka i miejski społecznik, zaangażowana m.in. w organizację konferencji związanych z technologią, edukacją i designem TEDxKatowice.

Wojciech Włodarczyk

Posiada ponad 12 letnie doświadczenie w digital marketingu, ze szczególnym naciskiem na obszar reklamy display oraz video. Pracował zarówno po stronie dużych grup mediowych, takich jak Wirtualna Polska, ZPR czy Goldbach, jak również w działach marketingu liderów ecommerce w swoich branżach.

Od dwóch lat współtworzy strategię mediową na ponad 16 rynkach w obszarach display, programmatic oraz retargeting w największym internetowym sklepie z butami w Europie Środkowo-Wschodniej, eobuwie.pl oraz dynamicznie rosnącym Modivo.

Joanna Stefaniak

marketing manager Qpony.pl

Specjalizuje się w marketingu mobilnym dla największych aplikacji zakupowych w Polsce Qpony i BLIX. Dzięki doświadczeniu i współpracy z markami z różnych branż jest ekspertem w obszarze płatnych działań w social media m.in. Facebook, Instagram. Wiedzę dzieliła się podczas lokalnych Social Media Czwartków, Dni Przedsiębiorczości na UEP, Auli Poznań oraz autorskich warsztatów i szkoleń.

Partnerzy kierunku



Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najwięcej!

Zapisując się do 27 maja, zyskujesz 1200 zł, dzięki:

800 zł zniżki w czesnym rozliczanej przez cały okres studiów,
proporcjonalnie do wybranego systemu ratalnego,

400 zł dzięki zwolnieniu z opłaty wpisowej.

do 27 maja

czesne już od

185 zł ~~230 zł~~

miesięcznie

Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

Na Uniwersytecie WSB Merito szanujemy Twój czas i pieniądze, dlatego o finansach mówimy otwarcie. Nie mnożymy dodatkowych opłat, nie przemycamy małym druczkiem ukrytych kosztów. U nas wiesz dokładnie, za co płacisz.

Studia podyplomowe to inwestycja, która zwraca się już w ich trakcie, w postaci nowych umiejętności i kontaktów, które owocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	5450 zł 6250 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2820 zł 3220 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	585 zł 665 zł

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 poznana a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	498 zł 565 zł

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 poznana a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	5250 zł 6250 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2720 zł 3220 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	565 zł 665 zł

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	481 zł 565 zł