

Digital Marketing Masterclass

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Marketing i sprzedaż

Cechy: Od października • Polski

Miasto: Szczecin

To kierunek dla osób, które:

- chcą zdobyć konkretną wiedzę i umiejętności w obszarze digital marketingu,
- zawodowo zajmują się marketingiem 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,
- 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”.

1

Dostęp online

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

1

partner kierunku

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 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 (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 Programmatic



- Ewaluacja w kampanii

SEARCH ENGINE MARKETING (8 godz.)

- Konceptcje 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.)

- 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
- 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, hazard)
- 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

Forma zaliczenia

- egzamin końcowy
- dodatkowo egzamin certyfikacyjny

Partnerzy 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 również specjalne, **większe zniżki dla naszych absolwentów.**
- Możesz skorzystać z **dofinansowania z Bazy Usług Rozwojowych.**
- 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 webanalitki 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	6060 zł 7000 zł (1 x 6060 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 6000zł
2 raty	3030 zł 3500 zł (2 x 3030 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 3000zł
10 rat	606 zł 700 zł (10 x 606 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 600zł
12 rat	551 zł 630 zł (12 x 551 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 546zł

Dla naszych absolwentów

1 rok

1 rata	5660 zł 7000 zł (1 x 5660 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 5600zł
2 raty	2830 zł 3500 zł (2 x 2830 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 2800zł
10 rat	566 zł 700 zł (10 x 566 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 560zł
12 rat	518 zł 630 zł (12 x 518 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 513zł

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

dr Michał Krzewicki

- 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.

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.

mgr Magdalena Murzyn

- Doradca i konsultant marketingowy, specjalizuje się w marketingu strategicznym, zarządzaniu marketingowym i badaniach marketingowych.
- Od ponad 25 lat związana zawodowo z marketingiem; od 10 lat pracuje jako wykładowczyni akademicka.
- Opiekun Marketingowego Koła Naukowego KIWI, kierownik merytoryczny studiów podyplomowych Digital Marketing Masterclass oraz manager kierunku marketing i sprzedaż.
- Posiada certyfikat DIMAQ Professional; członkini Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu oraz Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej.