UNIWERSYTET WSB MERITO WARSZAWA

wcześniej Wyższa Szkoła Bankowa

Praktyczny marketing internetowy

STUDIA PODYPLOMOWE

Program zajęć

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

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 Uniwersytetem WSB Merito w Warszawie, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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

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 Uniwersytetem WSB Merito w Warszawie, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- 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

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 Uniwersytetem WSB Merito w Warszawie, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- 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 clustrów tematycznych
- Analiza konkurencji
- Analiza techniczna SEO
- LinkBuilding
- Budowa strategii SEO

YouTube Marketing (8 godz.)

- Zasady dźwięku i obrazu
- Typy contentu
- Marka osobista

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 Uniwersytetem WSB Merito w Warszawie, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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 profilu

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 Uniwersytetem WSB Merito w Warszawie, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

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

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 Uniwersytetem WSB Merito w Warszawie, studentem zawierana jest w formie pisemnej.