

Praktyczny marketing internetowy

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: Marketing i sprzedaż

Cechy: Od marca • Polski • W partnerstwie

Miasto: Wrocław

To kierunek dla osób, które:

- prowadzą własną firmę i chcą lepiej promować ją w internecie,
- pracują w marketingu w różnych firmach i chcą poszerzyć kompetencje o działania digital,
- chcą zdobyć praktyczne umiejętności do pracy w e-commerce lub agencji,
- planują przebranżowienie i interesują się komunikacją online,
- działają jako freelancerzy i chcą zwiększyć skuteczność swoich działań.



4

bezpłatne szkolenia.

91%

pracodawców ocenia bardzo dobrze lub dobrze współpracę z naszymi uniwersytetami.

Źródło: "Badanie opinii pracodawców, 2024"

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:

- Fundacja Analityczna

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**.

9

Liczba miesięcy nauki

194

Liczba godzin zajęć

14

Liczba zjazdów

2

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.

Strategia marek i strategia 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 profilu

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

Warunki przyjęcia na studia

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

- Oferujemy 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?

- Poznasz wszystkie narzędzia marketingu online – **social media, Google Ads, SEO, content marketing, e-mailing, wideo** i więcej.
- Nauczysz się **planować i realizować kampanie** – od ustalenia celów, przez przygotowanie strategii, po analizę wyników i optymalizację.
- Zdobędziesz umiejętności analityczne – poznasz **Google Analytics, techniki monitoringowe i mierzenie efektywności działań**.
- Opanujesz marketing w **e-commerce** – stworzysz skuteczny sklep online i nauczysz się działań m-commerce oraz na platformach typu Amazon czy Allegro.
- Rozwiniesz **kompetencje w automatyzacji** – CRM, generowanie leadów, segmentacja i prowadzenie kampanii omnichannel.
- Poznasz **zasady UX i psychologii konsumenta** – dowiesz się, co przyciąga uwagę i jak zwiększać zaangażowanie użytkowników.
- Nauczysz się **narzędzi praktycznych** – obsługi WordPressa, tworzenia landing page'y, podcastów, grafiki w marketingu czy działań na TikToku i LinkedIn.
- Zrealizujesz konkretne projekty – **zdobędziesz doświadczenie** przez warsztaty i przygotujesz własną mini-kampanię online.



Ceny

Dla Kandydatów

1 rok

10 rat

645 zł (10 x 645 zł)

Dla naszych absolwentów

1 rok

10 rat

645 zł (10 x 645 zł)

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 Jędrzej Paulus

- Entuzjasta dobrych treści w marketingu B2B. Współtworzy rynek podcastów w Polsce od ponad dekady. Pomaga budować marki osobiste przedsiębiorców. Zwykły użytkownik technologii, zwany native AI.
- Od 2019 roku działa w obszarze wykorzystania AI w marketingu: tworzenie treści audio, video, tekstowych. Rozwinął marki firm IT od startupów do firm w pierwszej dziesiątce Deloitte Fast 50.
- Wykładowca uniwersytecki na UAM w Poznaniu (AI dla humanisty). Autor bloga podcastuje.pl, marketer podcastów (escola AI). Opracował własną metodę recyklingu treści i utrzymania ich jakości.
- Biegłość w użyciu AI w marketingu B2B i budowaniu marek osobistych przedsiębiorców. 10+ lat tworzenia podcastów, video i copy w branży IT, HR i zarządzaniu. Trenuje firmy w tworzeniu treści z GenAI.

mgr Oskar Rak

- Specjalizuje się w video marketingu i komunikacji wideo. Opracowuje nowoczesne strategie tworzenia oraz promocji treści, szczególnie na platformach takich jak YouTube, TikTok i Instagram.
- Doświadczony strateg w tworzeniu i wdrażaniu strategii biznesowych. Współwłaściciel domu produkcyjnego Klik Film oraz firmy konsultingowej Mrowisko, wspierających rozwój marek i organizacji.
- Autor i współtwórca ponad 100 produkcji filmowych, licznych kursów online oraz projektów edukacyjnych, takich jak Filmowiec Pro. Wyróżniany za profesjonalizm i innowacyjne podejście.
- Posiada biegłość w produkcji filmowej, montażu i projektowaniu strategii contentowych. Prowadzi szkolenia z video marketingu oraz ma bogate doświadczenie biznesowe i zarządcze.