

# Growth Performance Marketing

STUDIA PODYPLOMOWE

**9****182****12****7****2**

Liczba miesięcy nauki   Liczba godzin zajęć   Liczba zjazdów   Liczba modułów   Liczba semestrów

## **Wprowadzenie i Strategie Growth Marketingowe**

- Filozofia i różnice między Growth a Performance Marketingiem
- Projektowanie skutecznej strategii wzrostu (Growth Strategy)
- Dogłębne mapowanie ścieżki klienta (Customer Journey) i identyfikacja "momentów Aha!"
- Praktyczne wdrażanie eksperymentów, testowania hipotez oraz iteracyjnego skalowania działań (cykl Build-Measure-Learn)
- Analiza i dobór kluczowych wskaźników efektywności (KPIs) i metryk (np. AARRR)
- Tworzenie zaawansowanych lejków marketingowych (Funnels)
- Segmentacja odbiorców i skuteczna personalizacja komunikacji
- Modele i strategie retencji klienta

## **Performance Marketing i reklamy płatne w social mediach**

- Tworzenie i optymalizacja kampanii: Meta Ads, TikTok Ads, LinkedIn Ads
- Planowanie mediów i budżetowanie kampanii
- Atrybucja i mierzenie konwersji
- Strategie kampanii sprzedażowych i lead generation

## **Google i YouTube Ads**

- Tworzenie i optymalizacja kampanii: Google Ads i YouTube Ads
- Planowanie mediów i budżetowanie kampanii
- Atrybucja i mierzenie konwersji

### **Lead Generation i Marketing Automation**

- Projektowanie lejków lead generation
- Tworzenie landing page i formularzy konwersji
- Narzędzia: SalesManago i przegląd innych narzędzi
- Scoring i nurturing leadów

### **Analityka i architektura danych marketera**

- Analiza jakościowa i analiza ilościowa w marketingu
- Budowa modeli atrybucji i analiza ścieżek użytkownika
- GA4, Google Tag Manager, Looker Studio
- Integracja danych z różnych źródeł (API, CRM, platformy reklamowe)

## **BigQuery i podstawy SQL dla marketera**

- Wprowadzenie do baz danych w kontekście marketingu
- Struktura danych i logika zapytań SQL
- Tworzenie zapytań analitycznych w BigQuery
- Łączenie danych z wielu źródeł (np. GA4, CRM, platformy reklamowe)
- Filtrowanie, grupowanie, funkcje agregujące
- Tworzenie raportów i dashboardów opartych o dane z BigQuery
- Automatyzacja eksportu danych i integracja z Looker Studio



## UX i optymalizacja konwersji

- Audyt ścieżki użytkownika i analiza heatmap
- Testy A/B
- Wprowadzenie do UX copywritingu
- Projektowanie doświadczenia klienta (CX/UX)

## AI w Performance Marketingu

- Zastosowanie narzędzi AI w optymalizacji kampanii
- Generatywne AI: copy, kreacje, predykcje wyników
- Automatyzacja pracy z treścią reklamową
- Tworzenie prostych automatyzacji z wykorzystaniem narzędzie genAI i Zapier
- AI jako wsparcie w tworzeniu automatycznych rekomendacji optymalizacyjnych na podstawie danych wejściowych

## Aspekty prawne i etyczne w marketingu cyfrowym

- Zasady uczciwej komunikacji marketingowej (UOKiK, Kodeks Etyki Reklamy)
- Oznaczanie treści sponsorowanych i współprac influencerskich
- Jak legalnie przetwarzać dane użytkowników w działaniach marketingowych
- Zgody marketingowe – jak zrobić to prawidłowo w świetle RODO i prawa komunikacji elektronicznej
- Przechowywanie i przetwarzanie danych w CRM-ach, platformach reklamowych i analitycznych
- AI i dane – wymiar prawny i etyczny

## Forma zaliczenia

Test semestralny i test końcowy.