

Copywriting - jako narzędzie sprzedaży i reklamy

STUDIA PODYPLOMOWE



Program studiów

9

172

10

2

Liczba miesięcy nauki Liczba godzin zajęć Liczba zjazdów Liczba semestrów

Podstawy pracy copywritera (36 godz.)

- Ćwiczenia na kreatywność dla copywritera (8 godz.)
- Sztuka barwnego pisania (6 godz.)
- Organizacja pracy i produktywność (4 godz.)
- Poprawność językowa (10 godz.)
- Marka osobista copywritera (4 godz.)
- AI w pracy copywritera (4 godz.)

Web copywriting (16 godz.)

- Tworzenie treści na strony WWW - dopasowanie przekazu do branży, przyciąganie i utrzymywanie uwagi, doświadczenie użytkownika, psychologiczne aspekty pisanie do internetu (16 godz.)

Optymalizacja płatnych kampanii (26 godz.)

- Facebook Ads & Google Ads - system reklamowy Facebooka, tworzenie kampanii w Google Ads (10 godz.)
- Lejki sprzedażowe (10 godz.)
- Facebook & LinkedIn - tworzenie strony na Facebooku, optymalizacja płatnych kampanii na LinkedIn (6 godz.)

SEO copywriting (16 godz.)

- Optymalizacja treści pod kątem SEO (16 godz.)

E-marketing & sprzedaż (12 godz.)

- Podstawy e-marketingu (6 godz.)
- Psychologia sprzedaży (6 godz.)

Krótkie treści (12 godz.)

- Tworzenie artykułów na bloga - blog w budowaniu świadomości marki, sposoby skutecznego researchu, tworzenie wizerunku eksperta, różne formy treści na blogu (16 godz.)



Sales copywriting (16 godz.)

- Tworzenie treści do ofert sprzedażowych - chwytliwe hasła reklamowe, pisanie językiem korzyści, skuteczne wezwania do działania (16 godz.)

PR copywriting (14 godz.)

- Notki prasowe, wywiady, opinie, komentarze, notki biograficzne (14 godz.)

Projekt (8 godz.)

- Seminarium projektowe (8 godz.)

Forma zaliczenia

- testy semestralne
- obrona projektu - stworzenie strony internetowej