

Digital Marketing Masterclass

STUDIA PODYPLOMOWE

Miasto: Wrocław



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”.

Dostęp online

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

1

partner kierunku:

■ IAB Polska

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

9

Liczba miesięcy nauki

144

Liczba godzin zajęć

9

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

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:



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.

Czego się nauczysz?

- Poznasz od **podstaw digital marketing** i dowiesz się, jak działa rynek reklamy internetowej w Polsce i na świecie
- Nauczysz się **tworzyć skuteczne strategie digitalowe** - od analizy danych po planowanie kampanii i budżetów
- Zgłębisz **tajniki social mediów, SEO, e-commerce i content marketingu** - wszystko na realnych przykładach
- Dowiesz się, **jak działa programmatic i video advertising**, czyli nowoczesne formaty, które dziś robią robotę
- Poznasz **narzędzia i metody webanalitki i UX**, które pomagają zwiększać konwersje i dopasować treść do użytkownika
- Zdobędziesz **wiedzę, która przygotuje Cię do zdobycia certyfikatu DIMAQ** - jednego z najważniejszych w branży

Wypowiedzi osób

Studia oferują możliwość nauki od doświadczonych specjalistów i praktyków branży, co jest nieocenionym źródłem wiedzy i inspiracji. Wiedza przekazywana przez wykładowców opiera się na aktualnych badaniach i najlepszych praktykach, co gwarantuje, że absolwenci będą dysponować najnowszymi informacjami i umiejętnościami poszukiwanymi na rynku pracy. Kierunek posiada najszerszy na rynku szkoleniowym zakres tematów dotyczących działań w Internecie.

Magdalena Murzyn, kierownik merytoryczny kierunku

Edukacja w zakresie digital marketingu przygotowuje do podjęcia pracy w tej fascynującej branży, oferując zarówno teoretyczne podstawy, jak i praktyczne umiejętności niezbędne do skutecznego zarządzania kampaniami marketingowymi w Internecie. Specjaliści z tej dziedziny muszą być na bieżąco z najnowszymi trendami i narzędziami, co wymaga ciągłego samorozwoju i adaptacji do szybko zmieniającego się środowiska.

Bartosz Paczyński, wykładowca, trener DIMAQ Professional

W marketingu pracuję od 13 lat i miałam możliwość pracy w różnych jego obszarach. W ubiegłym roku uznałam, że warto zgłębić obszar digital marketingu, w oparciu o obserwacji trendów rynkowych, jak i własnego rozwoju z tego obszaru. Był to idealny wybór, zarówno do poukładania wiedzy, jak i jej poszerzenia w tym obszarze. W mojej opinii program obejmował wszystkie kluczowe aspekty marketingu cyfrowego, a zdobyta wiedza pomoże mi szczególnie w codziennej pracy nad raportami prowadzonych kampanii.



Kamila Lipińska, absolwentka