



PROGRAM STUDIÓW

Akademia E-marketingu

Zajęcia mają formę wykładowo-warsztatową i obejmują przedmioty takie jak:

I. Wstęp do marketingu internetowego - 16 godzin

- kompetencje interpersonalne (komunikacja interpersonalna i internetowa, praca w zespole, rozmowy z klientem, fakty i mity internetu)
- budowanie strategii marketingowej (domena, hosting, platforma)

II. Tworzenie stron internetowych w oparciu o platformę WordPress - 16 godzin

- zalety platformy Wordpress
- jakie szablony wybrać i bezpiecznie użytkować
- niezbędne wtyczki
- bezpieczeństwo w Wordpressie

III. Optymalizacja strony internetowej – jak sprawić aby znaleźć się na pierwszej stronie w wyszukiwarce Google - 16 godzin

- narzędzia do analizy stron www pod kątem SEO
- kluczowe modyfikacje stron www pod kątem SEO
- obrazy i ich rola w wyszukiwarce
- wtyczki wspomagające pracę

IV. Content marketing i copywriting - 16 godzin

- siła i możliwości content marketingu
- jak pisać teksty reklamowe
- jak pisać dobre reklamy
- gdzie publikować artykuły sponsorowane

V. Płatna reklama w wyszukiwarkach warsztaty Google AdWords - 24 godziny

- co to jest, jak działa, jakie daje możliwości
- poznaj składowe skutecznej kampanii
- zasady redagowania tekstów reklam
- jak wybrać właściwe słowa kluczowe do swojej kampanii
- sposoby oceny skuteczności słów kluczowych użytych w kampanii



- jak przygotować stronę docelową na potrzeby kampanii
- jakie ustawienia wybrać dla swojej kampanii
- jak mierzyć skuteczność kampanii
- współpraca z agencją interaktywną
- rozwiązania dla branży e-commerce
- skuteczny remarketing
- monitorowanie działań konkurencji

VI. Analityka internetu czyli możliwości i obsługa Gogle Analytics - 8 godzin

- Google Analytics - co to jest, jak działa, jakie daje możliwości
- konstruowanie planu pomiarów na potrzeby swojej witryny
- jak prowadzić analizę źródeł ruchu przychodzącego?
- jak analizować zachowanie użytkowników w witrynie?
- kim są użytkownicy mojej witryny?
- Google Analytics w służbie e-commerce

VII. Media społecznościowe czyli gdzie warto pokazać się w internecie - 16 godzin

- typologia social media
- najnowsze kanały social media
- Twitter – o potencjale kanału
- Youtube jako druga największa przeglądarka w sieci
- potencjał mediów obrazkowych – Instagram, Pinterest, Vine
- narzędzia wspierające zintegrowaną komunikację w wielu kanałach social media

VIII. Facebook – potencjał, zastosowanie, statystyki - 8 godzin

- podstawowe cele działalności na portalu Facebook
- komunikacja na portalu
- targetowanie postów do wybranych grup odbiorców
- analiza statystyk
- możliwości reklamowe portalu
- użyteczne narzędzia zewnętrzne przydatne do działań na portalu

IX. Jak skutecznie komunikować się w biznesie za pomocą video - 8 godzin

X. E-mail marketing i marketing automation - 16 godzin

- jak pozyskiwać i budować bazy danych
- programy wspierające działania marketingowe
- co to jest i kiedy stosować marketing automation



- narzędzia do marketing automation

XI. Marketing w e-commerce, Programmatic / RTB i prawo w internecie - 16 godzin

- real time bidding
- reklama display
- dane osobowe
- nieuczciwa konkurencja
- własność intelektualna
- zarządzanie kryzysem w e-biznesie
- typy platform e-sklepowych
- przegląd aplikacji e-sklepowych

Razem – 160 godzin

Warunki zaliczenia:

- egzamin składający się z części teoretycznej i praktycznej
- obecność na minimum 75% zajęć

Dla wszystkich chętnych możliwość podejścia do egzaminu DIMAQ - koszt dodatkowy 500 zł.