



PROGRAM STUDIÓW

Akademia E-marketingu

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

I. Digital marketing podstawy - 16 godzin

- Digital marketing podstawy (kanały komunikacji, statystyki, podstawowe pojęcia)
- Reklama online typy, formaty, statystyki, rodzaje
- Rodzaje kampanii reklamowych
- Buyer persona – definiowanie grup docelowych
- Archetypy marki i ich wykorzystanie w e-marketingu
- Budowanie strategii marketingowej

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

- domena internetowa i hosting
- zalety platformy Wordpress
- jakie szablony wybrać i bezpiecznie użytkować
- niezbędne wtyczki
- bezpieczeństwo w Wordpresie

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

- podstawowe pojęcia
- User experience
- Metody i narzędzia analiz i pomiaru UX
- Optymalizacja strony www pod kątem urządzeń mobilnych
- narzędzia do analizy stron www pod kątem SEO
- kluczowe modyfikacje stron www pod kątem SEO
- obrazy i ich rola w wyszukiwarce
- wtyczki wspomagające pracę
- zasady linkbuildingu

IV. Content marketing i copywriting - 16 godzin

- siła i możliwości content marketingu
- jak pisać teksty reklamowe, tworzenia ulotek, banerów i reklam
- jak pisać dobre reklamy



- Planowanie i publikowanie kontentu
- formy i narzędzia do tworzenia treści
- sposoby dystrybucji treści
- efektywność content marketingu i pomiar skuteczności

V. Płatna reklama w wyszukiwarkach warsztaty Google AdWords - 16 godzin

- 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
- LinkedIn – poszerz swoje kontakty biznesowe
- 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 w social mediach
- Możliwości reklamowe portalu
- Użyteczne narzędzia zewnętrzne przydatne do działań na portalu

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

- Rodzaje i formaty reklamy video
- Tworzenie filmów reklamowych
- serwisy z treściami video
- Twórcy kontentu - vlogging, youtuberzy

X. E-mail marketing - 8 godzin

- jak pozyskiwać i budować bazy danych
- zasady tworzenia treści
- planowanie kampanii e-mail marketingowej
- Spam
- narzędzia do e-mail marketing – np Freshmail

XI. Marketing automation – 8 godzin

- Programatic
- RTB
- Mechanika i działanie RTB i Programmatic buying
- podstawowe wskaźniki KPI do analizy skuteczności kampanii
- jak wykorzystać narzędzia do marketing automation np. Sales Manago

XII. Marketing w e-commerce - 8 godzin

- real time bidding
- reklama display
- Rynek ecommerce w Polsce i na Świecie
- mcommerce
- Zarządzanie kryzysem w e-biznesie
- Typy platform e-sklepowych
- Przegląd aplikacji e-sklepowych

XIII. Prawo w internecie - 8 godzin



- znajomość podstawowych aktów prawnych mających wpływ na handel w sieci
- Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji a reklama w sieci
- Prawo prasowe
- Regulaminy i polityka prywatności
- Odpowiedzialność prawna w marketingu internetowym

XIV. Podsumowanie - 8 godzin

- mobile marketing
- aplikacje mobilne
- współpraca z agencją podstawowe informacje
- IOT Internet of Things I AI sztuczna inteligencja
- audyt wykonanych przez studentów stron internetowych
- egzamin testowy sprawdzający podstawy wiedzy o digital marketingu

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 zgodny z taryfikatorem DIMAQ