

Program szczegółowy kierunku "Marketing Internetowy"

Marketing Internetowy rusza już po raz dziewiąty! To program, który z założenia szkoli strategów marketingowych i managerów marketingu internetowego. Jego kompleksowość daje mu wielką przewagę nad szkoleniami z pojedynczych narzędzi.

Więc jeśli chcecie wskoczyć na wyższy poziom zawodowy (i zarobkowy), to właśnie tego Wam trzeba. A może prowadzicie biznes, który potrzebuje strategicznego marketingowego dopalacza?

Marketing Internetowy zawiera uniwersalną wiedzę, która nigdy się nie starzeje, ale też przegląd przez aktualne trendy, narzędzia i case studies.



Strategia i budowanie marki (24h)

Rynek mediowy w Polsce (Łukasz Borak); Planowanie i strategia komunikacji w nowych mediach (Paweł Stempniak); Budowanie marki firmy w świecie nowych mediów (Paweł Tkaczyk); Content Marketing (Łukasz Kosuniak)

Komunikacja w nowych mediach (16h)

Ewolucja komunikacji w dobie nowych mediów (Mariusz Bednarko); Social Media w marketingu (Paweł Stempniak); Podstawy Marketingu (Łukasz Borak);



Zarządzanie Biznesem w Internecie (24h)

Handel w Internecie: Wprowadzenie do e-commerce (Paweł Paszkowski); Sklepy internetowe (Paweł Paszkowski); Marketing Internetowy - Wprowadzenie (Marta Rogalewska); Koszty, terminy, cele - dokumenty projektowe w praktyce (Marta Rogalewska);



Internet jako pole badań (16h)

Internet jako pole badań (Gabriel Matwiejczyk); Monitoring i badanie nowych mediów (Jan Zając)



Marketing Treści - Webwriting i kreacja (22h)

Marketing Treści - zasady tworzenia i znaczenie w komunikacji (Łukasz Kosuniak); Customer Development - Kreatywność w marketingu (Maciej Sawicki); Webwriting (Joanna Wrycza-Bekier); Fotografia na potrzeby nowych mediów (Paweł Tadejko);

Serwisy WWW - Rodzaje i przeznaczenie (16h)

Serwisy WWW jako podstawowe narzędzie komunikacji w Internecie (Marta Rogalewska); Współczesne systemy zarządzania treścią - Wordpress (Norbert Kalinowski);



Pozyskiwanie ruchu w Internecie (24h)

Analityka webowa z wykorzystaniem Google Analytics (Anna Moczulska); Optymalizacja SEO serwisów internetowych (Benedykt Protasiuk);

Storytelling i twórcy internetowi (28h)

Internetowi liderzy i ich wpływ na komunikację marki (Edie Maciejewska); Komunikacja wizualna (Małgorzata Bieroza Tomasz Misiukiewicz); Storytelling w komunikacji marketingowej (Kamil Kozieł); Video jako narzędzie komunikacji (Maciek Wróblewski);



Komunikacja Mobile i User Experience (20h)

Podstawy grafiki dla marketerów (Marta Chraniuk); User Experience - badania i projektowanie (Tomasz Michniewicz); User Experience serwisu internetowego (Tomasz Michniewicz);

Kampanie - Działania płatne w Internecie (20h)

E-mail marketing (Paweł Sala); Kampanie płatne w Google Ads (Krzysztof Janosiewicz); Facebook Ads; E-Commerce: Strategie kampanii remarketingowych (Paweł Paszkowski);

