

# Social media i zintegrowany marketing internetowy

- Kierunek - studia podyplomowe

2 semestry **OD PAŹDZIERNIKA**

## Opis kierunku

Dziś, dobry specjalista od mediów społecznościowych znajdzie zatrudnienie w agencjach interaktywnych i działach marketingu. Oczywiście pod warunkiem, że będzie miał wiedzę i będzie na bieżąco z trendami.

Te studia stworzono z myślą o tych, którzy chcą uczyć się od najlepszych praktyków. Przygotowano program tak, by zachować odpowiednie proporcje pomiędzy bazą wiadomości na temat marketingu i klienta, a nowościami związanymi z nowymi mediami i coraz to ciekawszymi narzędziami z arsenału social media guru.

Celem jest przybliżenie uczestnikom wiedzy z zakresu najnowszych narzędzi w obszarze social media, marketingu internetowego i analityki marketingowej bazującej na automatyzacji procesów. Uczestnicy nie tylko poznają narzędzia, ale przede wszystkim będą wiedzieli jak, i w jakim kontekście je wykorzystać i przede wszystkim jak mierzyć ich skuteczność.

## Co zyskujesz?

Te studia to nie tylko szansa na wzrost wiedzy w obszarze działań w mediach społecznościowych. To duża dawka praktycznych informacji do wykorzystania od zaraz. Uczestnicy dowiedzą się jak strategicznie wykorzystywać social media i technologie do działań w zakresie komunikacji marketingowej, sprzedaży, budowaniu marki, a także w analityce biznesowej.

# Dla kogo?

Studia idealne dla osób, które chcą wzmocnić swoje kompetencje w obszarze marketingu, poszerzyć, uporządkować czy ugruntować wiedzę o nowych narzędziach i technikach wykorzystania mediów społecznościowych. Idealne dla menadżerów, kadry zarządzającej czy też pracowników marketingu, sprzedaży, public relations i innych osób działających w obszarze komunikacji marketingowej. Świetne źródło wiedzy dla właścicieli małych i średnich firm, którzy sami chcą wdrożyć media społecznościowe i marketing internetowy w firmie.

## Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku Social media i zintegrowany marketing internetowy.



Liczba miesięcy nauki:  
**9**



Liczba godzin: **184**



Liczba zjazdów: **10**



Liczba semestrów: **2**

### PODSTAWOWA WIEDZA SOCIAL MEDIA MANAGERA (28 godz.)

Marketing Driven Company – dlaczego firmy zarządzane marketingowo wygrywają (16 godz.)

Zarządzanie marketingowe – warsztat tworzenia strategii Customer Value Proposition (4 godz.)

Strategie marketingowe i brandingowe w internecie – narzędzia Social Media w tworzeniu marki – Analiza Case Studies (4 godz.)

Experience Marketing – Integrowanie kanałów offline i online w działaniach marketingowych (wykorzystanie narzędzi Social Media) (4 godz.)

### KONSUMENT W SIECI – BADANIA, TRENDY, PSYCHOLOGIA (22 godz.)

Trendy konsumenckie – obserwacje, badania i wnioski potrzebne do budowania strategii Social Media (4 godz.)

Psychologia zachowań konsumenckich (4 godz.)

Ekonomia behawioralna dla Social Media Managerów (4 godz.)

Badania marketingowe (jakościowe i ilościowe). Persony i psychografia w praktyce Social Media Managera (10 godz.)

### INBOUND MARKETING A DZIAŁANIA MARKETINGOWE (16 godz.)

Content marketing – treści w pracy Social Media Managera (8 godz.)

Warsztat tworzenia treści – copywriting (4 godz.)

Strategiczne planowanie kampanii inbound marketingowych (4 godz.)

## **EFEKTYWNOŚĆ I KONTROLA REALIZACJI DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH I BRANDINGOWYCH (14 godz.)**

Wskaźniki efektywności działań marketingowych i brandingowych. Budżet marketingowy i jego kontrola (6 godz.)

Współpraca z agencjami reklamowymi/badawczymi/PR (4 godz.)

Prawo autorskie, zawieranie umów (4 godz.)

## **FIRMA I MARKA W SOCIAL MEDIA (38 godz.)**

Promocja w internecie – wstęp i integrowanie działań (4 godz.)

Wstęp do social media (4 godz.)

Komunikacja w social media (6 godz.)

Instagram (4 godz.)

Youtube (8 godz.)

Facebook (4 godz.)

LinkedIn (4 godz.)

Inne narzędzia w social media (Pinterest, Musically, Twitch, twitter) (4 godz.)

## **BLOGOSFERA I INFLUENCER MARKETING (8 godz.)**

Blogosfera i influencer marketing (8 godz.)

## **PLANOWANIE KAMPAII KOMUNIKACYJNYCH (16 godz.)**

Elementy promocji w social media i planowanie strategii (8 godz.)

Planowanie reklamy, media plany i współpraca z domami mediowymi (8 godz.)

## **SEO I SEM (10 godz.)**

Optymalizacja stron (4 godz.)

Narzędzia płatnej promocji w internecie (SEM) (6 godz.)

## **NARZĘDZIA SPRZEDAŻY I MARKETINGU W INTERNECIE (24 godz.)**

Strony WWW – projektowanie, UX, UI, zarządzanie (8 godz.)

Planowanie i realizacja kampanii email marketingowych (8 godz.)

Tworzenie lejka sprzedażowego w internecie (4 godz.)

Automatyzacja działań marketingowych w internecie (4 godz.)

## **Projekt (8 godz.)**

Seminarium projektowe (8 godz.).

## Forma zaliczenia

Testy semestralne oraz egzamin końcowy polegający na obronie projektu.

# Wykładowcy

## Jakub Kłos

Od 8 lat związany zawodowo z marketingiem, sprzedażą oraz rozwojem biznesu.

Obecnie Head of Business Development w infoShare Academy, gdzie odpowiada za rozwój marketingu i sprzedaży. Odpowiedzialny za rozwój platformy szkoleniowej z kursami online dla branży IT. Wcześniej związany zawodowo z Portem Gdańsk jako Digital Marketing Specialist oraz założyciel marek GIT Wakacje i Jestem GIT działających w branży turystycznej.

Współtworzył treści marketingowe z takimi markami jak GetResponse, Just Join IT czy Landingi.pl.

Absolwent Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie.

## Piotr Bucki

od 18 lat pomaga ludziom szlifować komunikację w różnych obszarach. Zawsze bazuje przy tym na psychologii poznawczej, neuro-naukach i psycholingwistyce. Sprawdza teorię w praktyce współpracując z firmami w Chile, Słowenii, Mołdawii, Azerbejdżanie, Austrii, Australii i Polsce. Współautor i redaktor merytoryczny Startup Manual (Wolves Summit 2015), autor i opiekun serii BuckiAcademi wydanej z wydawnictwem 4 Głowy (2016). Publikuje regularnie na InnPoland oraz stronie [www.bucki.pro](http://www.bucki.pro). Píše dla Malemana, Dolce Vita, Madame, Marketing w Praktyce i wielu innych. Autor książki „Porozmawiajmy o komunikacji”, „Life is a pitch and then you die” oraz „Złap równowagę”. Przetłumaczył 12 książek z zakresu psychologii i poradnictwa. Współpracuje z najlepszymi ośrodkami startupowymi w Polsce – m.in. LPNT, Inkubator Starter, GPNT i PPNT, a także z największym rządowym programem na świecie Startup Chile i Inkubatorami w Słowenii i Austrii. Występował m.in. na Wolves Summit, Davos Communication Forum, PODIM Słowenia, Internet Beta, Social Media Convent, Inspiration Day w Szczecinie, PMI Congress w Antwerpii i wielu wielu innych konferencjach w kraju i na świecie.

## Karolina Kurcwald

copywriter i marketer, specjalistka od tworzenia skutecznych treści w internecie. Z wykształcenia filolog angielski, językoznawca i tłumacz literatury. Od 8 lat związana z trójmiejską firmą GetResponse, gdzie budowała obecność marki w mediach społecznościowych oraz kierowała zespołem content marketingowym. W tym czasie m.in. zaplanowała i przeprowadziła kampanię na Twitterze, która trafiła do finału konkursu Content Marketing Awards

organizowanego przez amerykański Content Marketing Institute. Obecnie jako Chief Wordsmith odpowiada za głos marki oraz nadzoruje powstawanie wszelkich treści marketingowych na rynek polski i globalny.

### **Maciej Lewiński**

jest specjalistą SEM oraz certyfikowanym trenerem Google AdWordsi Google Analytics. Podczas swoich zajęć z analityki internetowej podzieli się wiedzą o tym, jak skutecznie wykorzystywać Google Analytics. Specjalizuję się w marketingu internetowym, dlatego wielokrotnie byłem prelegentem podczas najważniejszych konferencji branżowych (m.in. SEMcamp, Akademia Google dla Agencji, Internetowa Rewolucja), a także trenerem w ramach Akademii Google Partners (podnoszenie kompetencji agencji SEM na zlecenie Google Polska). W ostatnich latach przeprowadził kilkaset szkoleń i wykładów poświęconych efektywnemu wykorzystaniu Internetu w działaniach marketingowych i sprzedażowych.

### **Jagoda Prątnicka**

Head of PR & Comm CEE w SentiOne. Od czterech lat odpowiada za działania komunikacyjne oraz zespół promujący monitoring internetu. Pasjonują ją prawidłowości i niekonwencjonalne zastosowania narzędzi do analizy wypowiedzi internautów. W liczbach szuka odpowiedzi i wskazówek do optymalizowania działań marketingowych i sprzedażowych. Doświadczenie zdobywała w agencjach reklamowych i public relations, takich jak People Group, Headlines Porter Novelli oraz Edelman Polska. Pracowała dla marek takich jak Coca-Cola, Microsoft, LG Polska oraz Wincanton i odpowiadała za planowanie i realizowanie strategii komunikacyjnych".

### **Special promotion for candidates.**

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystająk najwięcej!

#### **Zapisując się do 25 kwietnia, zyskujesz 1200 zł, dzięki:**

800 zł zniżki w czesnym rozliczanej przez cały okres studiów,  
proporcjonalnie do wybranego systemu ratalnego,  
400 zł dzięki zwolnieniu z opłaty wpisowej.

Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 285 zł

do 25 kwietnia  
czesne już od  
**240 zł** ~~285 zł~~  
miesięcznie