

Innowacyjny e-marketing

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry Rekrutacja zakończona **OD MARCA**

Opis kierunku

Rekrutacja na ten kierunek została zakończona.

Wypełnij formularz, a my skontaktujemy się, gdy rekrutacja ponownie zostanie uruchomiona.

FORMULARZ

Studia w formule online (synchronicznie), bez względu na sytuację pandemiczną.

Nową wiedzę i umiejętności zdobywasz, dzięki zajęciom realizowanym na platformie MS Teams. Z wykładowcami i uczestnikami studiów kontaktujesz się przez internet, w czasie rzeczywistym (synchronicznie). W zajęciach uczestniczysz w weekendy, zgodnie z ustalonym harmonogramem zjazdów.

Kierunek, który Cię interesuje jest efektem współpracy **Uniwersytetów WSB Merito z całej Polski.**

Marketing internetowy ma ogromne znaczenie we współczesnej gospodarce, dlatego studia z innowacyjnego e-marketingu idealnie wpisują się w aktualne trendy i otoczenie biznesowe.

Celem studiów jest kształcenie wysokiej klasy specjalistów z zakresu marketingu internetowego, którzy zdobędą umiejętności skutecznego wykorzystywania narzędzi internetowych oraz wiedzę na temat najnowszych trendów w e-marketingu.

Jeśli zainteresował Cię ten kierunek i chcesz dowiedzieć się więcej w kwestiach merytorycznych (np. planu zajęć czy programu studiów) skontaktuj się z nami bezpośrednio - dsp@poznan.merito.pl

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między poznan a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Natomiast w sprawach związanych z rekrutacją (np. ilości dostępnych miejsc czy terminy składania dokumentów) skontaktuj się z naszym biurem rekrutacji, do którego kontakt uzyskasz na dole strony.

Korzyści?

Zajęcia prowadzone są przez znanych i cenionych w branży ekspertów - praktyków, takich jak Tomasz Frątczak (MaxRoy), Szeran Millo i Wojciech Chojnacki (Symetria), Barbara Stawarz, Artur Jabłoński, Krzysztof Murzyn (Grupa Unity), Szymon Pietkiewicz (Conversacja) oraz przedstawicieli takich firm, jak Bluerank, Conversion, Socjomania i IPresso.

Dla kogo?

Studia z zakresu innowacyjny e-marketing adresowane są do specjalistów ds. marketingu, menedżerów, pracowników agencji reklamowych i PR, właścicieli serwisów oraz dla tych osób, które chcą wykorzystywać narzędzia e-marketingu w komunikacji z rynkiem.

Co zyskujesz?

Zdobędziesz wiedzę na temat najnowszych trendów w e-marketingu.

Dzięki interaktywnej i warsztatowej formie zajęć będziesz miał możliwość zdobycia umiejętności skutecznego wykorzystywania narzędzi internetowych.

"

Najcenniejsze podczas zajęć jest doświadczenie wykładowców i fakt, że przekazywana jest aktualna wiedza. Kiedy w świecie e-marketingu zmiany następują bardzo szybko, to właśnie codzienna wprawa osób, które nas uczą dają gwarancję, że pozyskane informacje i umiejętności z powodzeniem mogą wykorzystywać w codziennej pracy. Równie ważne jak merytoryczne przygotowanie osób, które przekazują wiedzę jest dla mnie ich postawa. Jesteśmy partnerami podczas nauki, doceniam rozmowy i rozwiązania, które wspólnie znajdujemy. Otwartość i przyjazność ekspertów zachęca do aktywności i sprawia, że czas spędzony na zajęciach jest owocny, ale jednocześnie jest miłym

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między poznaniem a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

doznaniem.

"

Dawid Konieczny

Uczestnik

Program studiów

Na tych studiach dowiesz się, jak planować skuteczne działania digitalowe, który kanał komunikacji jest najskuteczniejszy dla Twojej marki oraz jak budować wizerunek w sieci. Zajęcia prowadzą eksperci z branży i przede wszystkim praktycy, którzy za pomocą warsztatowej formy zajęć przekazują uczestnikom aktualną wiedzę i trendy.



Liczba miesięcy nauki:
9



Liczba godzin: **185**



Liczba zjazdów: **11**



Liczba semestrów: **2**

Wprowadzenie do e-marketingu - budowanie marki, tworzenie modeli biznesowych (14 godz.)

Wprowadzenie do e-marketingu (podstawowe pojęcia i trendy)

Modele biznesowe serwisów internetowych: przegląd istniejących modeli oraz sposoby ich tworzenia

Projektowanie podróży klienta w oparciu o punkty styku klienta z marką online i offline

Dojrzałość UX w organizacjach

Marketing w transformacji cyfrowej

Ochrona danych osobowych – RODO w działaniach online (podstawowe pojęcia i zasady) (10 godz.)

Podstawy RODO

Kanały kampanii digital (72 godz.)

Content Marketing – konkurowanie treściami w internecie

Pozycjonowanie stron w wyszukiwarkach - SEO i SEO PR

Kampanie linków sponsorowanych PPC

E-mail marketing i systemy do automatyzacji marketingu

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między poznawcą a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Kampanie display i video

Marketing w urządzeniach mobilnych

Budowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych oraz realizacja kampanii sprzedażowych (16 godz.)

Komunikacja i reklama w mediach społecznościowych, jak skutecznie budować zaangażowanie w zależności od serwisu (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, TikTok, Instagram)

Polski użytkownik mediów społecznościowych

Inspirujące trendy, narzędzia do monitoringu mediów społecznościowych

Planowanie kampanii digital (18 godz.)

Proces tworzenia strategii i kampanii digital

Formułowanie celów biznesowych i mierników sukcesu kampanii – KPI

Dobór grupy docelowej i kanałów komunikacji

Mierzenie skuteczności i optymalizacja realizowanych działań

Projektowanie serwisów internetowych zorientowanych na użytkownika (desktop i mobile) – user experience design (22 godz.)

Użyteczność serwisów i aplikacji mobilnych oraz zasady ich projektowania

Przegląd narzędzi do projektowania

Użyteczność serwisów internetowych

Planowanie i tworzenie treści serwisu internetowego

Badania i testy UX (User Experience)

Analityka działań internetowych przy wykorzystaniu Google Analytics (23 godz.)

Konfiguracja analityki dla stron www oraz aplikacji mobilnych

Kluczowe metryki i wymiary oraz zaawansowane sposoby mierzenia skuteczności realizowanych działań

Seminarium projektowe (8 godz.)

8 godzin

Forma zaliczenia



projekt praca końcowa
w formie projektu



obrona

Wykładowcy

Anna Czarkowska

Współtwórca, opiekun merytoryczny i wykładowca studiów podyplomowych "Innowacyjny e-marketing". Absolwentka Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu i Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w obszarze marketingu internetowego, budowania strategii marketingowych oraz wdrażania nowych produktów na rynek. Specjalizuje się w marketingu usług. Wcześniej była związana między innymi z agencją Symetria.

Roman Kordus

Współtwórca i opiekun merytoryczny kierunku studiów podyplomowych „Innowacyjny E-marketing” (10 zrealizowanych edycji) w wersji tradycyjnej oraz blended learning, wykładowca i szkoleniowiec z zakresu e-marketingu na Uniwersytetach WSB Merito w Poznaniu, Chorzowie, Szczecinie, Toruniu. Od 13 lat związany z branżą internetową. Odpowiedzialny za tworzenie i wdrażanie strategii e-marketingowej produktów masowych jak i

premium. Na co dzień realizuje szerokie kampanie internetowe wykorzystując klasyczne jak i najnowsze narzędzia e-marketingu. Specjalizuje się w realizacji kampanii display i video, wdrożeniach witryn i analityce internetowej. Odpowiada za kształt i kierunek rozwoju działań digital w Grupie Merito w całej Polsce. Realizował między innymi złożone wdrożenie witryn internetowych Wyższych Szkół Bankowych (obecnie Uniwersytetów WSB Merito) oraz pracował nad rozwojem analityki internetowej i poprawą konwersji działań. Ekspert medialny Uniwersytetów WSB Merito z zakresu e-marketingu (Twitter: @Eksperci_WSB oraz @RomanKordus)

Barbara Stawarz-García

Absolwentka Dziennikarstwa i komunikacji na Uniwersytecie Warszawskim oraz Marketingu Internetowego w Szkole Głównej Handlowej. Specjalistka w zakresie e-marketingu i komunikacji internetowej. Autorka bestsellerowej książki „Content marketing po polsku” oraz współautorka kilku innych książek nt. marketingu internetowego. W branży od 2005 roku. Trener i wykładowca na najlepszych uczelniach w Polsce (m.in. SGH, AGH, Uniwersytet SWPS). Pracowała m.in. dla Allegro, Pfizer, ING Bank Śląski, IDEA Bank czy Hestia. Prowadzi agencję Happy Content specjalizującą się w usługach content marketingowych oraz współpracy z influencerami. W 2016 roku została wyróżniona przez magazyn BRIEF w rankingu 50 najbardziej kreatywnych osób w biznesie.

Wojciech Chojnacki (Symetria)

9 lat doświadczenia w branży User Experience. Współtworzy najbardziej doświadczoną agencję UX w Polsce, która w 2009 została polskim reprezentantem w międzynarodowej organizacji UXalliance (25 krajów). W Symetrii prowadził badania, projektował serwisy i aplikacje oraz prowadził warsztaty UX dla klientów takich jak Orange, Philip Morris International, LexisNexis, PZU. Współtwórca i trener międzynarodowego certyfikatu UX dla Project Managerów: UX-PM.

Szeran Millo

11 lat doświadczenia w branży internetowej. Współtworzy i kieruje najbardziej doświadczoną agencją User Experience w Polsce, która w 2009 została polskim reprezentantem w międzynarodowej organizacji UXalliance (25 krajów). W Symetrii pracuje z liderami zespołów, które realizują projekty dla klientów takich jak BZ WBK, Credit Agricole, Orange, ING Bank Śląski, Deutsche Bank, Philip Morris International.

Szymon Pietkiewicz

Senior Copywriter & PR Manager w Agencji SEM Bluerank.

Specjalizuje się w optymalizacji treści serwisów internetowych, copywritingu na potrzeby kampanii linków sponsorowanych, a także w komunikacji marketingowej online oraz w budowaniu strategii SEO PR. Z wykształcenia jest socjologiem mediów oraz specjalistą public relations. Doświadczenie zdobywał, pracując między innymi z takimi markami jak: Agora, Deutsche Bank, Doz.pl, Generali, Merlin.pl, Pioneer, Rainbow Tours, MultiBank, NK.pl, Rossmann, YES. Cyklicznie publikuje artykuły w prasie branżowej (m.in. Marketing w Praktyce, Online Marketing Polska, Biuletyn

Stowarzyszenia Marketingu Bezpośredniego). Prowadzi szkolenia dla firm z zakresu SEO Copywritingu i SEO PR. Prywatnie komponuje i nagrywa piosenki.

Partnerzy kierunku



Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najwięcej!

Zapisując się do 27 maja, 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.

do 27 maja

czesne już od

185 zł ~~230 zł~~

miesięcznie