



PRZEDMIOT	GODZ.	ZAGADNIENIA
Digital Marketing - podstawy i trendy	12	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rynek reklamy internetowej</li><li>• Internauci w Polsce i na Świecie</li><li>• Kanały komunikacji w Internecie</li><li>• Rodzaje i klasyfikacja podmiotów związanych z rynkiem reklamy w Internecie</li><li>• Podstawowe modele zakupu i emisji reklamy w sieci</li><li>• Podstawowe narzędzia i wskaźniki</li><li>• Współpraca z agencją - podstawowe zagadnienia</li><li>• Marketing offline vs online</li><li>• Trendy</li><li>• Narzędzia do analizy kondycji działań e-marketingowych</li></ul>
Strategia komunikacji marki	8	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analiza - metody, narzędzia i źródła informacji</li><li>• Definiowanie celów</li><li>• Definiowanie grup docelowych</li><li>• Metody budżetowania i rozliczania kampanii</li><li>• Pomiar skuteczności</li></ul>
Big Data i badania zachowań konsumentów online	8	<ul style="list-style-type: none"><li>• Podstawowe pojęcia</li><li>• Narzędzia Big Data</li><li>• Metody i źródła pozyskiwania danych</li></ul>
Reklama RTB (programmatic buying)	8	<ul style="list-style-type: none"><li>• Podstawowe pojęcia z RTB i programmatic</li><li>• Formaty reklamy display</li><li>• Mechanika działania</li><li>• Efektywność reklamy display</li></ul>
Pozycjonowanie stron internetowych (SEO)	16	<ul style="list-style-type: none"><li>• Koncepcje i modele związane z SEO/SEM / SEO/</li><li>• PPC - podstawowe pojęcia</li><li>• Wyniki wyszukiwania i pozycjonowanie w wyszukiwarce</li><li>• Efektywność działań SEM</li><li>• Podstawowe pojęcia</li><li>• Mechanika SEO</li><li>• Definiowanie słów kluczowych</li></ul>
Google Adwords (z przygotowaniem do egzaminu Google)	16	<ul style="list-style-type: none"><li>• Google Adwords – panel</li><li>• Koncepcje i modele związane z PPC</li><li>• SEM / SEO / PPC - podstawowe pojęcia</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efektywność działań SEM</li> <li>• Podstawowe pojęcia</li> <li>• Definiowanie słów kluczowych</li> <li>• Bidding w reklamie PPC</li> <li>• Copy w reklamie PPC</li> <li>• Rodzaje i formaty reklamy video</li> </ul>
<b>Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google)</b>	<b>18</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Google Analytics – panel</li> <li>• Podstawowe pojęcia i narzędzia związane z webanalityką</li> <li>• Cele i konwersja</li> <li>• Wskaźniki i wymiary</li> </ul>
<b>Social Media Marketing: trendy, kanały, narzędzia, optymalizacja konwersji</b>	<b>12</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podstawowe pojęcia i koncepcje związane z web 2.0</li> <li>• Platformy social media</li> <li>• Social Listening i monitoring</li> <li>• Planowanie i publikowanie contentu</li> <li>• Reklama w sieciach społecznościowych</li> <li>• Efektywność social media marketingu</li> <li>• KPI i analityka</li> <li>• Efektywność video advertising</li> <li>• Programy graficzne do wyk. przy prowadzeniu profilów na SM</li> </ul>
<b>Social selling</b>	<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kanały i platformy (z naciskiem na LinkedIn)</li> <li>• KPI i analityka</li> </ul>
<b>Content marketing i copywriting</b>	<b>8</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sposoby, formy i narzędzia tworzenia treści</li> <li>• Ogólne wytyczne tworzenia treści</li> <li>• Reklama natywna</li> <li>• Storytelling</li> </ul>
<b>Marketing mobilny</b>	<b>8</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podstawowe pojęcia i koncepcje związane z marketingiem mobilnym</li> <li>• Aplikacje mobilne</li> <li>• Reklama mobilna</li> <li>• Serwisy mobilne i responsywne</li> <li>• SMS marketing</li> <li>• Internet of Things</li> </ul>
<b>Użyteczność i dostępność serwisów internetowych - badania i narzędzia</b>	<b>16</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podstawowe pojęcia i koncepcja User Generated Experience</li> <li>• Heurystyki Nielsena</li> <li>• Metody i narzędzia analiz i pomiaru UX</li> <li>• Testy A/B oraz badania User Experience serwisu internetowego</li> <li>• Podstawowe pojęcia i koncepcje User Experience</li> <li>• Optymalizacja strony www pod kątem urządzeń mobilnych</li> </ul>
<b>Podstawy e-commerce</b>	<b>20</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podstawowe pojęcia i koncepcję handlu w sieci</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>Ropo i showrooming</li> <li>eCommerce i inne obszary marketingu internetowego</li> <li>Rynek eCommerce w Polsce</li> <li>Trendy i tendencje eCommerce</li> </ul>
<b>Tworzenie stron internetowych</b>	<b>16</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podstawowe pojęcia (domena, hosting, serwer)</li> <li>Podstawy HTML, CSS, PHP</li> <li>System Wordpress</li> </ul>
<b>Prawo w internecie</b>	<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umowy, składanie zleceń i odpowiedzialność prawna w marketingu internetowym</li> <li>Apekty prawa autorskiego w sieci</li> <li>RODO (elementy)</li> </ul>
<b>E-mail marketing</b>	<b>8</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Budowanie baz danych</li> <li>Spam</li> <li>Email design</li> <li>Zarządzanie danymi i prywatność</li> <li>Testowanie</li> <li>Mierniki i efektywność e-mail marketingu</li> <li>Narzędzia</li> </ul>
<b>Programy lojalnościowe i afiliacyjne</b>	<b>8</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podstawowe pojęcia</li> <li>Narzędzia</li> <li>Zarządzanie danymi i prywatność</li> <li>Budowa programów</li> <li>Zarządzanie programami.</li> </ul>
<b>RAZEM</b>	<b>190</b>	