

# Praktyczny marketing internetowy

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry **OD PAŹDZIERNIKA**

## Opis kierunku

**Studia w formule online (synchronicznie).**

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**.

**Gwarantujemy pełną zgodność z przepisami prawa i najwyższe standardy edukacyjne.**

Nie istnieje dziś marketing bez użycia kanałów internetowych. Mało tego – użytkownicy oczekują reklam, wręcz lubią, gdy docierają do nich informacje o nowych produktach czy usługach w obszarach, które ich interesują. To gigantyczny potencjał sprzedażowy. Studia na kierunku „Praktyczny marketing internetowy” rozłożą przed Tobą cały wachlarz narzędzi internetowych: social media, kampanie Ads, SEO, content marketing, PR, e-mailing, wideo marketing i wiele innych. Nauczysz się wyznaczać cele, tworzyć kampanie marketingowe i mierzyć ich efektywność. Te studia nie tylko podniosą Twoją wartość na rynku pracy, zobaczysz, jak zmienia się również Twoje prywatne funkcjonowanie w wirtualnej przestrzeni i jak świadomie korzystasz z możliwości, które daje Internet. 😊

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Jeśli jesteś zainteresowany studiami poddyplomowymi i chcesz dowiedzieć się więcej, napisz do nas!

ZAPYTAJ O STUDIA PODYPLOMOWE

## Co zyskujesz?

W elementarny sposób wyjaśnimy 😊 pojęcia i skróty używane w świecie współczesnego marketingu.

Rozwiniesz najlepsze techniki marketingowe i współczesne trendy.

Poznasz kluczowe narzędzia marketingowe i nauczysz się z nich korzystać.

Zajęcia prowadzone są przez praktyków.

Na zajęciach omawiane są realne case study.

Zdobyta wiedza i umiejętności realnie podnoszą Twoje kwalifikacje na rynku pracy.

Poznasz metody analizy zachowań e-konsumentów, wyciągania wniosków i implementacji wiedzy w narzędziach marketingu internetowego.

Nauczysz się budowania strategii marketingowych i ich wdrażania.

Zdobędziesz umiejętności tworzenia 😊 procesów 😊 marketingowych w organizacjach lub optymalizacji 😊 już istniejących.

# Dla kogo?

Przedsiębiorców oraz menedżerów mikroprzedsiębiorstw i MŚP

Właścicieli startupów

Samodzielnych handlowców B2B

Firm e-commerce

Specjalistów ds. marketingu

Jednoosobowych działalności gospodarczych

Sektora NGO

Freelancerów

Pracowników agencji marketingowych

PR-owców

# Program studiów

**Studia w całości zrealizujesz w formule zdalnej. Z wykładowcą spotykasz się online w czasie rzeczywistym także podczas zaliczeń, projektów czy egzaminów.**

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Program kierunku praktyczny marketing internetowy



Liczba miesięcy nauki:  
**9**



Liczba godzin: **192**



Liczba zjazdów: **12**



Liczba semestrów: **2**

### **Wprowadzenie do digital marketingu (8 godz.)**

Definicja pojęć i wskaźników:

- trendy
- kanały komunikacji
- zasady zakupu i dystrybucji mediów
- systemy i nośniki aukcyjne
- Internet polski i światowy
- rodzaje agencji marketingowych i współpraca z nimi
- kursy, certyfikaty

### **Strategie marki i strategie komunikacji (8 godz.)**

- koncepcje i modele strategii
- strategia vs. taktyka
- budżetowanie kampanii
- definicja celów, planów działania
- określanie grup docelowych
- raportowanie i pomiar skuteczności

### **Kampanie Search Marketing (16 godz.)**

- SEM / SEO / SEA
- modele związane z SEO i PPC
- SEO - zasada działania
- zasada działania/mechanika wyszukiwarki
- profil użytkownika w wyszukiwarce
- kampanie ADS w wyszukiwarce
- optymalizacja i Analityka
- planer słów kluczowych
- warsztaty

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

## **Facebook w marketingu marki (16 godz.)**

monitoring social media  
rodzaje contentu  
modele reklamowe  
analitka social media  
warsztaty

## **Content marketing (8 godz.)**

rola content marketingu  
formaty i narzędzia  
redagowanie i dobre praktyki content marketingu  
efektywność i pomiar skuteczności  
reklama natywna

## **E-mail marketing (8 godz.)**

wprowadzenie pojęć  
planowanie i testowanie kampanii  
narzędzia do e-mail marketingu  
wprowadzenie do segmentacji  
dobre praktyki anty SPAM  
projektowanie e-mail marketingu

## **SKLEP INTERNETOWY (E-COMMERCE) (8 godz.)**

rynek e-commerce w Polsce i na świecie  
trendy, tendencje, pojęcia  
integracje, migracje danych, narzędzia efektywnościowe  
mCommerce  
Marketplace (Allegro, Amazon, eBay)  
rodzaje i metody płatności  
logistyka

## **Analitka Internetowa (16 godz.)**

struktura Google Analytics  
wskaźniki, pomiary, interpretacja danych  
atrybucja  
definiowanie celów

mierzenie konwersji  
warsztaty

### **Strategie marketing automation (8 godz.)**

istota systemu  
znaczenie CRM  
metody generowanie leadów (lead generation)  
planowanie kampanii edukacyjnych (lead nurturing)  
monitoring i segmentacja kontaktów (lead scoring)  
potencjały omnichannel (wielokanałowość)  
narzędzia i integracje

### **User Experience w komunikacji (8 godz.)**

podstawowe pojęcia  
heurystyki Nielsena  
narzędzia UX  
metody analizy i interpretacji UX

### **Psychologia Konsumenta (8 godz.)**

statystyki konsumenckie  
decyzje konsumenckie a aspekty marketingowe  
prawo Webera-Fechnera  
informacje i odbiór podprogowy  
najlepsze i najgorsze reklamy dla konsumentów  
jak działa pamięć konsumencka  
motywacje i motywy zakupowe

### **Influencer Marketing (4 godz.)**

rola Influencerów w XXI w  
dobór na linii influencer - content - target  
rodzaje kampanii  
budowa kampanii  
narzędzia  
zagrożenia ze współpracy z Influencerami

## **Mobile Marketing (4 godz.)**

pojęcia  
tworzenie aplikacji mobilnych  
aplikacje mobilne (natywne i hybrydowe)  
optymalizacja www pod kątem mobile  
formaty reklamowe  
SMS marketing  
Proximity marketing  
Internet rzeczy  
analityka i pomiar efektywności kampanii

## **Display i Programatic (8 godz.)**

Display i programmatic

## **WORDPRESS W MARKETINGU (8 godz.)**

Instalacja  
podstawowe wtyczki  
Budowa strony landing page  
Integracje  
WooCommerce

## **SEO (8 godz.)**

SEO

## **YouTube marketing (8 godz.)**

YouTube marketing

## **Efektywność marketingu w sprzedaży (4 godz.)**

Efektywność marketingu w sprzedaży

## **Personal Branding na LinkedIn (8 godz.)**

Personal Branding na LinkedIn

## **Podcasty w marketingu (4 godz.)**

Podcasty w marketingu

## TikTok (4 godz.)

TikTok

## X / Twitter (4 godz.)

X / Twitter

## Instagram (4 godz.)

Instagram

## Grafika i Typografia (4 godz.)

Grafika i Typografia

## AI w Marketingu (8 godz.)

Narzędzia AI w SEO

Narzędzia AI content marketingu

## Forma zaliczenia



Test sprawdzający  
wiedzę po I semestrze



Test sprawdzający  
wiedzę po II semestrze

# Wykładowcy

## Łukasz Miller

Founder & CEO Fundacji Analityczna. Ekspert w dziedzinie CRM i marketing automation. Doświadczenie zdobywał w agencjach marketingowych, oraz w spółkach technologicznych notowanych na GPW, gdzie był odpowiedzialny za wdrożenia systemów CRM i marketing automation.

Wieloletni dyrektor kanału partnerskiego, gdzie był odpowiedzialny za edukację agencji marketingowych z zakresu

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



automatyzacji procesów marketingowych oraz wdrażał rozwiązania CRM w e-commerce i firmach sektora MŚP. Występuje w roli prelegenta oraz autora artykułów w branżowych czasopismach. Twórca cyklu eventów z serii „Spotkania Biznesu” oraz prowadzący kanał YT: "Biznes nie tylko Online. Od ponad 10 lat związany z branżą marketingową.

### **mgr Kamil Zieliński**

Psycholog i trener biznesu. Kierownik programowy i menedżer kierunku Psychologia w biznesie. Aktywny przedsiębiorca. Autor książek „Psychoefekty. 50 zjawisk psychologicznych, które wpływają na Twoje życie” oraz "Psychokompetencje. 10 psychologicznych supermocy, które warto rozwijać". Fundator i wiceprezes Fundacji Future Hero. Ekspert do spraw psychologii społecznej i komunikacji w Centrum Analiz Miejskich IRRP oraz recenzent naukowy portalu Mała Psychologia. Stale współpracuje z sektorem biznesowym, administracją oraz organizacjami pozarządowymi. Członek Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu. Uczy wykorzystania psychologii w życiu i biznesie. Interesuje się psychologicznymi aspektami skutecznego komunikowania się, budowaniem odporności psychicznej, sprzedażą, autoprezentacją oraz technikami wywierania wpływu i perswazji.

Jako popularyzator wiedzy psychologicznej udzielał komentarzy m.in. dla Newsweek Polska, TVN, Polsat, ZOOM TV, Radio ESKA, Radio Katowice, TOK FM, Radio Wrocław oraz Radio RAM.

### **Maja Wiśniewska**

Marketing Manager w SMSAPI - platformie do masowej wysyłki SMS. Rozwija działania marketingowe marki w zakresie pozyskiwania klientów z kanału digital oraz relacje marki z odbiorcami za pomocą działań content marketingowych, w social media oraz realizuje strategię PR serwisu. Na co dzień podróżniczka i miejski społecznik, zaangażowana m.in. w organizację konferencji związanych z technologią, edukacją i designem TEDxKatowice.

### **Wojciech Włodarczyk**

Posiada ponad 12 letnie doświadczenie w digital marketingu, ze szczególnym naciskiem na obszar reklamy display oraz video. Pracował zarówno po stronie dużych grup mediowych, takich jak Wirtualna Polska, ZPR czy Goldbach, jak również w działach marketingu liderów ecommerce w swoich branżach.

Od dwóch lat współtworzy strategię mediową na ponad 16 rynkach w obszarach display, programmatic oraz retargeting w największym internetowym sklepie z butami w Europie Środkowo-Wschodniej, eobuwie.pl oraz dynamicznie rosnącym Modivo.

### **Joanna Stefaniak**

Obecnie Senior Performance Managerka w BeeTalents, ekspertka w obszarze marketingu rekrutacyjnego, mobile marketing i social media ads.

Zrealizowała ponad 500 godzin szkoleniowych i warsztatowych tworząc autorskie szkolenia oraz współpracując m.in.

z Uniwersytetem WSB Merito w Poznaniu i Chorzowie, Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza oraz Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu.

Współpracowała m.in. z markami: Qpony, Blix, Zdrowe Zakupy, Fitatu, GAMIVO, Vicher, KGHM, Dafi, Juvederm, NUXE, Jubiler Schubert, Lampomat.pl, Sabrina Pilewicz, Symetria, Rebell Studio - design & production studio.

## Partnerzy kierunku



### Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najwięcej!

#### Zapisując się do 31 lipca, zyskujesz 800 zł, dzięki:

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

do 31 lipca  
czesne już od  
**207 zł** ~~230 zł~~  
miesięcznie

# Ceny dla kandydatów

## Studia to inwestycja, która się zwraca

W Uniwersytecie WSB Merito szanujemy Twój czas i pieniądze, dlatego o finansach mówimy otwarcie. Nie mnożymy dodatkowych opłat, nie przemycamy małym druczkiem ukrytych kosztów. U nas wiesz dokładnie, za co płacisz.

Studia podyplomowe to inwestycja, która zwraca się już w ich trakcie, w postaci nowych umiejętności i kontaktów, które owocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe w Uniwersytecie WSB Merito i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

## Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
<b>1 rata</b>	1 rok	<b>5850 zł 6250 zł</b>

	Rok nauki	Czesne
<b>2 raty</b>	1 rok	<b>3020 zł 3220 zł</b>

	Rok nauki	Czesne
<b>10 rat</b>	1 rok	<b>625 zł 665 zł</b>

	Rok nauki	Czesne
--	-----------	--------

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

**12 rat**

**1 rok**

**531 zł ~~565 zł~~**

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

# Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

## Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
<b>1 rata</b>	<b>1 rok</b>	<b>5650 zł <del>6250 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>2 raty</b>	<b>1 rok</b>	<b>2920 zł <del>3220 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>10 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>605 zł <del>665 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>12 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>515 zł <del>565 zł</del></b>

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 chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.