

Copywriting - jako narzędzie sprzedaży i reklamy

Forma studiów: Niestacjonarne

Sposób realizacji studiów: Online

GDYNIA 2 semestry W PARTNERSTWIE OD MARCA

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku Copywriting - jako narzędzie sprzedaży i reklamy.



Liczba miesięcy nauki: **9**



Liczba godzin: **172**



Liczba zjazdów: **10**



Liczba semestrów: **2**

PODSTAWY PRACY COPYWRITERA (36 godz.)

- Estetyka treści (6 godz.)
- Poprawność językowa (10 godz.)
- Ćwiczenia na kreatywność (8 godz.)
- Organizacja pracy (6 godz.)
- Wejście na rynek (6 godz.)

WEB COPYWRITING (16 godz.)

- Tworzenie treści na strony WWW (16 godz.)

OPTYMALIZACJA PŁATNYCH KAMPANII (26 godz.)

- Facebook Ads & Google Ads (10 godz.)
- Lejki sprzedażowe (10 godz.)
- Facebook & LinkedIn (6 godz.)

SEO COPYWRITING (16 godz.)

- Optymalizacja treści pod kątem SEO (16 godz.)

E-MARKETING & SPRZEDAŻ (12 godz.)

- Podstawy e-marketingu (6 godz.)
- Psychologia sprzedaży (6 godz.)

CONTENT COPYWRITING (16 godz.)

- Tworzenie artykułów na bloga (16 godz.)

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 a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



KRÓTKIE TREŚCI (12 godz.)

- Spoty radiowe, ulotki, ogłoszenia, posty na Social Media, hasła reklamowe (12 godz.)

SALES COPYWRITING (16 godz.)

- Tworzenie treści do ofert sprzedażowych (16 godz.)

PR COPYWRITING (14 godz.)

- Notki prasowe, wywiady, opinie, komentarze, notki biograficzne (14 godz.)

PROJEKT (8 godz.)

Seminarium projektowe (8 godz.)

FORMA ZALICZENIA

Testy semestralne i egzamin końcowy polegający na obronie projektu czyli stworzenie strony internetowej na podstawie przygotowanego wcześniej szablonu.

<https://www.merito.pl/gdynia/studia-i-szkolenia/studia-podyplomowe/kierunki/copywriting-jako-narzedzie-sprzeda-zy-i-reklamy>