

Data Driven Content Marketing & Digital Storytelling

Forma studiów: Niestacjonarne

Sposób realizacji studiów: Online

TORUŃ 2 semestry Rekrutacja zakończona W PARTNERSTWIE

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku **Data Driven Content Marketing & Digital Storytelling**.



Liczba miesięcy nauki: **9**



Liczba godzin: **171**



Liczba zjazdów: **11**



Liczba semestrów: **2**

DATA-DRIVEN CONTENT MARKETING - WPROWADZENIE (22 godz.)

- Content Marketing I jego miejsce w strategii marketingowej firmy (4 godz.),
- Filozofia customer centric I projektowanie propozycji wartości (4 godz.),
- Warsztat tworzenia strategii Content Marketingowej (6 godz.),
- Mapowanie treści w content marketingu – Modele RACE, See Think Do Care, AIDA (8 godz.)

PSYCHOLOGICZNE ASPEKTY ZACHOWAŃ KONSUMENTA W SIECI (14 godz.)

- Psychologia zachowań konsumenta – aspekty przetwarzania i konsumowania treści (4 godz.),
- Psychologiczne aspekty transmisji społecznej – treści wirusowe (2 godz.),
- Warsztat tworzenia treści wirusowych (4 godz.),
- Psychografia i narzędzia opisywania grupy docelowej w content marketingu (4 godz.)

PRAWNE ASPEKTY REALIZACJI STRATEGII CONTENT MARKETINGOWEJ (12 godz.)

- Prawne aspekty współpracy z twórcami treści(4 godz.),
- Prawne aspekty tworzenia treści – kultura remiksu, memy, satyra (4 godz.),
- Współpraca z agencjami content marketingowymi i influencer marketingowymi (4 godz.)

PRAKTYCZNE ZASTOSOWANIA DATA DRIVEN CONTENT MARKETING (71 godz.)

- Strategia Inbound Marketingu – wstęp do wykorzystania treści w praktyce (4 godz.),
- Treści własne – blog (4 godz.),
- Warsztat copywritingu (4 godz.),
- Warsztat kreatywnego pisania (6 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.

- Strategie wykorzystania AI w badaniach treści i tworzeniu treści (6 godz.),
- Facebook Ads, treści na Facebooku i analityka na FB (8 godz.),
- Instagram Ads, treści na Instagramie i analityka na Instagramie (12 godz.),
- You Tube i strategia tworzenia treści Video (6 godz.),
- Tik Tok i strategia tworzenia treści (6 godz.),
- E-mail marketing (6 godz.),
- Micro-copy i web writing (4 godz.),
- Warsztat tworzenia treści wizualnych (4 godz.)

ANALITYKA I BADANIA MARKETINGOWE (44 godz.)

- Google Analytics (8 godz.)
- Konfiguracja Google Analytics (4 godz.)
- Data Driven Content Marketing I Data Storytelling (8 godz.)
- Projektowanie eksperymentów i tekstów w internecie (4 godz.)
- Ilościowe badania marketingowe (8 godz.)
- Jakościowe badania marketingowe (8 godz.)
- Badania neuromarketingowe (4 godz.)

PROJEKT (8 godz.)

- Seminarium podyplomowe (8 godz.)

Forma zaliczenia



obrona projektu

<https://www.merito.pl/torun/studia-i-szkolenia/studia-podyplomowe/kierunki/data-driven-content-marketing-digital-storytelling>