

Data Driven Content Marketing & Digital Storytelling

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry Rekrutacja zakończona W PARTNERSTWIE

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 Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW oraz Uniwersytetów WSB Merito**.

Poleć znajomemu studia na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu, **zyskaj 10% zniżki w czesnym**. Szczegóły, **BON do pobrania:**

BON

Rekrutacja na kierunek, którym jesteś zainteresowany(-na), została zakończona lub nie została uruchomiona? - Nic

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 torun a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



straconego! **Zostaw nam kontakt, wypełniając poniższy formularz**, a my poinformujemy Cię, gdy nabór ruszy ponownie.

WYPEŁNIJ FORMULARZ

Marketing treści czy też content marketing są w arsenale marketerów i marketerek od dawna. Co więc sprawiło, że postanowiliśmy przygotować studia podyplomowe, które nauczą jak najlepiej wykorzystywać te narzędzia w praktyce? Przede wszystkim duża potrzeba uporządkowania wiedzy, standardów i prawidłowego odczytania obu członów nazwy **Content Marketing**. Bo poza słowem "content" (czyli treści) mamy tu do czynienia także ze słowem "marketing". A w marketingu chodzi o strategiczne, poukładane, zoptymalizowane i oparte na danych procesy, a nie tylko o kreatywność.

Naszą ambicją było i jest wykształcenie otwartych marketerów i marketerek, którzy będą dobrze wykorzystywali treści strategicznie i nauczą się, jak zdobywać przewagi konkurencyjne z pomocą dobrze dobranych i skonstruowanych strategicznie treści.

Celem studiów jest wyposażenie marketerów i marketerek z różnych branż w wiedzę z zakresu strategicznego i analitycznie zorientowanego wykorzystywania treści. Program studiów został opracowany tak, aby słuchacze i słuchaczki przeszli całą drogę – od umiejętności strategicznego komponowania treści w działania marketingowe po wykorzystanie narzędzi AI (sztucznej inteligencji) w różnych formatach. Zależy nam na praktycznym ujęciu tematu dlatego stawiamy na ćwiczenia w modelu Action Learning i pracę projektową ze specjalistami z branży.

Jeśli jesteś zainteresowany studiami podyplomowymi i chcesz dowiedzieć się więcej zostaw do siebie kontakt! Wypełnij formularz, a my skontaktujemy się z Tobą.

ZOSTAW KONTAKT

Co zyskujesz?

- Nabędziesz umiejętności strategicznego komponowania treści w działania marketingowe,
- Poznasz modele strategiczne właściwe dla marketingu B2C i B2B,
- Dowiesz się jak projektować i przeprowadzać badania i testy, by optymalizować treści pod poszczególne platformy i cele marketingowe,
- Nauczysz się tworzyć treści marketingowe w różnych formatach – w tym video i video efemeryczne,
- Dowiesz się, jak wykorzystywać narzędzia AI do pomiaru, a nawet etycznego tworzenia treści marketingowych

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 torun a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- Zwiększysz swoją atrakcyjność na rynku pracy. I/lub poprawisz efektywność swojego biznesu

Dla kogo?

Studia skierowane są do marketerów i marketerek, którzy chcą uporządkować i uzupełnić swoją wiedzę na temat wykorzystania treści w działaniach marketingowych. To także intensywne nauki dla tych, którzy są otwarci na nową wiedzę, nowe narzędzia i nie boją się z pomocą metody naukowej weryfikować swoich założeń biznesowych. Na zajęcia dobrze odnajdą się w szczególności osoby z branży marketingowej:

- z doświadczeniem i wizją, która wymaga ciągłego uzupełniania,
- na początku drogi, którzy chcą się szybko uczyć i porządkować nabytą wiedzę z zakresu marketingu treści,
- współpracujący z działami sprzedaży i wspierający działania sprzedażowe dla większej efektywności i synergii działań

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.),

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 torun a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- 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 pisanie (6 godz.),
- 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

Wykładowcy

Piotr Bucki

Zintegrowana komunikacja marketingowa | Strategie w biznesie | Branding i komunikacja wizualna | Inbound Marketing Jest strategiem, researcherem i badaczem trendów oddanym idei copyleft i kulturze remiksu. Doświadczenie i wiedzę zdobywa realizując projekty marketingowe m.in. w Grupie Nokaut, Gdańskim Wydawnictwie Psychologicznym, Wydawnictwie Pedagogicznym OPERON, Travel World Passport, NextData, This Is Paper i wielu innych. Tworzy strategie marketingowe i komunikacyjne dla krajowych i zagranicznych klientów. Jest certyfikowanym coachem w obszarze Business and Executive Coaching oraz trener kompetencji społecznych.

Katarzyna Majchrzak

Certyfikowana specjalistka Google Analytics i Google Ads. Związana z branżą marketingu internetowego od ponad dziesięciu lat. Bibliotekarka z wykształcenia, marketerka z wyboru i zamiłowania. Doświadczenie marketingowe zdobywała pracując w krakowskich agencjach interaktywnych. Obecnie odpowiada za rozwój działu analityki internetowej w agencji marketingowej data.rocks. W pracy jej głównym sprzymierzeńcem jest Google Analytics, któremu w ciągu ostatnich kilku lat poświęciła setki godzin. Współpracowała z takimi firmami, jak Pizza Hut, Allegro Lokalnie, Eurozet, Vision Express, ING, Toyota, Diverse czy New Bala

dr Joanna Wrycza-Bekier

wykładowca | opiekun merytoryczny kierunku Copywriting - jako narzędzie sprzedaży i reklamy

Jest autorką ok. 20 książek: naukowych, poradnikowych i beletrystycznych. Jej podręczniki kreatywnego pisania (takie jak Magia słów, Webwriting, Fast text, Szkoła twórczego pisania) pomagają tworzyć lepsze teksty internetowe, literackie i reklamowe. Książki te zdobyły status bestsellerów i doczekały się kilku wydań. Pod pseudonimem Emilia Becker publikuje książki dla dzieci i młodzieży, doceniane przez nauczycieli i rodziców (np. Marcel i czas, Siedem kolorów wspomnień). Pisze artykuły do czasopism naukowych i branżowych (np. „Marketing w Praktyce”, „Firmer” i „Marketer Plus”). Jest autorką ok. 100 tekstów eksperckich na swoim blogu Poradnik Pisania, który prowadzi od 2011 roku. Wykłada na biznesowych studiach podyplomowych i wypowiada się jako ekspert na portalach (np. Pracuj.pl, PRoto, Puls Biznesu). Występuje na konferencjach branżowych, np. Online Marketing Day. Jako trenerka biznesu lub prelegentka współpracowała z takimi organizacjami jak: L’Oréal, Viessmann, Nordea, Canal Plus, Muzeum Narodowe. Uważa, że każdy, kto chce pracować nad warsztatem, może nauczyć się pisać.

Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

Na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu 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 zaowocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu 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
1 rata	1 rok	6000 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	3000 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	600 zł

	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 torun a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

12 rat

1 rok

500 zł

Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	6000 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	3000 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	600 zł

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	500 zł