

# Praktyczny marketing internetowy

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry DOFINANSOWANE W PARTNERSTWIE OD MARCA

## Opis kierunku

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

**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 Poznania, Szczecina, Chorzowa i Warszawy**.

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 warszawa a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Chcesz skorzystać z dofinansowania Bazy Usług Rozwojowych?

Sprawdź nasze usługi w BUR: [Wyszukiwarka usług - Baza Usług Rozwojowych - PARP](#)

Jeśli nie możesz znaleźć usługi, która Cię interesuje, skontaktuj się z nami, a wprowadzimy ją specjalnie dla Ciebie!

Napisz: [dsp@warszawa.merito.pl](mailto:dsp@warszawa.merito.pl)

### DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ O BUR

Jeśli zainteresował Cię ten kierunek i chcesz dowiedzieć się więcej w kwestiach rekrutacji (np. ilość dostępnych miejsc czy terminy składania dokumentów) skontaktuj się z naszym Działem Studiów Podyplomowych.

### ZOSTAW KONTAKT

## 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.
- 

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 warszawa a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- 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

# Bezpłatne webinary

Uczestnikom naszych studiów podyplomowych dajemy możliwość uzyskania dodatkowych umiejętności przez uczestnictwo w bezpłatnych webinarach z różnych obszarów, np. psychologii, biznesu, marketingu i nowych technologii.

Webinary realizowane są w II semestrze. Szczegółowe informacje przekazywane są przez koordynatora kierunku.

## Program studiów

Program studiów na 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

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 warszawa a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- 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

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

- monitoring social media
- rodzaje contentu
- modele reklamowe
- analityka 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

### **Analityka 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.)**

- 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 Programatic

### **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.)

- AI w Marketingu

### Forma zaliczenia



Test wiedzy po I  
semestrze i po II  
semestrze

## Wykładowcy

### **Lukasz Miller**

Founder & CEO Fundacji Strategie Marketingowe. Ekspert w dziedzinie performance marketingu, marketing automation i inbound marketingu. Obecnie zawodowo związany z agencją marketingową, wcześniej z DIGITREE GROUP (dawne SARE S.A.), gdzie był odpowiedzialny za wdrożenia systemów e-mail marketing i marketing automation. W SALESmanago odpowiedzialny za kanał partnerski (PL), gdzie zajmował się edukacją agencji marketingowych z zakresu automatyzacji procesów marketingowych oraz wdrażał rozwiązania automatyzacji w e-commerce i firmach sektora MŚP. Występuje w roli prelegenta oraz autora artykułów w branżowych czasopismach. Twórca cyklu eventów z serii "Spotkania Biznesu i Marketingu". Od ponad 9 lat związany z branżą marketingową.

### **Kamil Zieliński**

Psycholog, trener biznesu, nauczyciel akademickim i przedsiębiorca. Menedżer kierunku psychologia w biznesie oraz kierownik zakładu dydaktycznego psychologii w biznesie na Uniwersytecie WSB Merito w Chorzowie.

Prowadzi firmę szkoleniowo-konsultingową KZ Kamil Zieliński. Zawodowo uczy wykorzystania psychologii w życiu i biznesie. Ma doświadczenie biznesowe, handlowe, menedżerskie i akademickie. Jest członkiem Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu. Pełni funkcję eksperta do spraw psychologii społecznej i komunikacji w Centrum Analiz Miejskich IRRP oraz recenzenta naukowego portalu Mała Psychologia.

Interesuję się zagadnieniami związanymi z psychologią biznesu, w szczególności wywieraniem wpływu, perswazją,

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 warszawa a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



myśleniem krytycznym, kreowaniem wizerunku, sprzedażą oraz psychologią oszustwa.

### **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**



# Ceny dla kandydatów

## Studia to inwestycja, która się zwraca

Na 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 na naszej uczelni 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>	<b>1 rok</b>	<b>5450 zł <del>6250 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>2 raty</b>	<b>1 rok</b>	<b>2725 zł <del>3125 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>10 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>545 zł <del>625 zł</del></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 warszawa a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



**12 rat**

**1 rok**

**498 zł 565 zł**

# Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

## Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
<b>1 rata</b>	<b>1 rok</b>	<b>5250 zł <del>6250 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>2 raty</b>	<b>1 rok</b>	<b>2625 zł <del>3125 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>10 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>525 zł <del>625 zł</del></b>

	Rok nauki	Czesne
<b>12 rat</b>	<b>1 rok</b>	<b>481 zł <del>565 zł</del></b>