



Programmatic - programowanie zakupu powierzchni reklamowych - szkolenie

Numer usługi 2024/05/31/9718/2166759

2 214,00 PLN brutto

1 800,00 PLN netto

184,50 PLN brutto/h

150,00 PLN netto/h

ZWIĄZEK
PRACODAWCÓW
BRANŻY
INTERNETOWEJ
INTERACTIVE
ADVERTISING
BUREAU POLSKA



📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 12 h

📅 11.09.2024 do 11.09.2024

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Sposób dofinansowania

wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

Grupa docelowa usługi

Szkolenie „Programmatic” jest adresowane do osób, które:

- potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy w programmatic,
- rozpoczynają pracę w działach marketingu internetowego specjalizującego się w programmatic,
- dotychczas pracowały w marketingu tradycyjnym i przechodzą do działów digitalowych lub rozszerzają zakres swoich obowiązków o programmatic,
- chcą potwierdzić swoje kompetencje,
- posiadają certyfikat DIMAQ i chcą zgłębić wiedzę z modułu programmatic.

Szkolenie jest zgodne z rekomendacjami Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

10-09-2024

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

12

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do wykorzystania zasad, możliwości programmatycznego zakupu powierzchni reklamowych, analizy danych i raportowania wyników.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się wiedzą z zakresu programmatycznego zakupu reklamy	rozdziela typy powierzchni reklamowych, sposoby i modele ich zakupu oraz podaży i rodzaje platform zakupowych.	Test teoretyczny
	posługuje się różnymi rodzajami danych w programmatic i integruje różne ich źródła.	Test teoretyczny
	dobiera rodzaj kampanii do założonych celów oraz przygotowuje kreacje, listy użytkowników, LP	Test teoretyczny
	tworzy piksele traktujące na platformie zakupowej.	Test teoretyczny
	posługuje się wybranym narzędziem i oprogramowaniem,	Test teoretyczny
	generuje raporty, analizuje i interpretuje pozyskane informacje w odniesieniu do zakładanych celów kampanii.	Test teoretyczny
	monitoruje przebieg działań marketingowych i sugeruje zmiany w parametrach, mających największy wpływ na optymalizację efektywności kampanii.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Zaświadczenie wydawane po zakończeniu usługi zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak, wydane zaświadczenie potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak, wydane zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Wprowadzenie do ekosystemu programmatic - 1 h 30 min

- Ekosystem programmatic – SSP, DSP, DMP
- Różnice w zakupie reklamy – programmatic vs direct
- Modele zakupu powierzchni – programmatic direct vs open market
- Różnice w podaży powierzchni reklamowej – waterfall vs header bidding

Możliwości programmatic - 45 min

- Rodzaje danych w programmatic – 1st, 2nd, 3rd, integracja różnych źródeł danych
- Kryteria targetowania w programmatic (w tym BRAND SAFETY i Viewability)
- Rodzaje kampanii w programmatic – branding i performance
- Rodzaje kreacji – Video, display: standardowe, richmedia, dynamiczne

Zakup powierzchni - 60 min

- Przygotowanie do zakupu: wybór platformy DSP
- Przygotowanie kreacji, list użytkowników, LP, pixelisledzacych
- Raportowanie w programmatic + na jakie parametry zwraca uwagę na poszczególnych etapach funnelu
- Cross device w ramach programmatic

Warsztat 1 - Wprowadzenie do platformy DSP na przykładzie DoubleClick - 2 h 30 min

- Omówienie podstawowych modułów platformy.
- Tworzenie pixelitracujących.
- Dodawanie kreacji.
- Ustawianie przykładowej kampanii

Warsztat 2 - Tworzenie, realizacji i raportowanie kampanii Display/Video/YouTube w DSP DBM - 1 h 45 min

- Display
- Video
- YouTube
- Native

W trakcie szkolenia uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie programmatic wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 80%.

Rozliczeniu podlegają godziny dydaktyczne (45min.)

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Wprowadzenie do ekosystemu programmatic - teoria	Elżbieta Kondziola	11-09-2024	09:00	10:30	01:30
2 z 9 Przerwa	Elżbieta Kondziola	11-09-2024	10:30	10:45	00:15
3 z 9 Możliwości programmatic - praktyka	Elżbieta Kondziola	11-09-2024	10:45	11:30	00:45
4 z 9 Zakup powierzchni - praktyka	Elżbieta Kondziola	11-09-2024	11:30	12:30	01:00
5 z 9 Lunch	Elżbieta Kondziola	11-09-2024	12:30	13:30	01:00
6 z 9 Warsztat 1 - Wprowadzenie do platformy DSP na przykładzie DoubleClick - praktyka	Elżbieta Kondziola	11-09-2024	13:30	16:00	02:30
7 z 9 przerwa	Elżbieta Kondziola	11-09-2024	16:00	16:15	00:15
8 z 9 Warsztat 2 - Tworzenie, realizacja i raportowanie kampanii Display/Video/YouTube w DSP DBM - praktyka	Elżbieta Kondziola	11-09-2024	16:15	18:00	01:45
9 z 9 walidacja	-	11-09-2024	18:00	18:10	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	184,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

Aleksander Chim

Programmatic Manager w agencji MarTech & e-commerce SalesTube, certyfikowany trener Google Marketing Platform. Od 2015 roku współtworzy i implementuje strategie digitalowe dla największych marek z kategorii FMCG oraz Retail. Posiada doświadczenie agencyjne zarówno po stronie specjalistycznej jak i client service. Specjalizuje się w technologiach takich jak: Adform, DV360, Teads Ad Manager. Trener szkoleń z e-marketingu, programmatica - na sali szkoleniowej spędził ponad 100 godzin.



2 z 3

Elżbieta Kondzioła

Digital Marketing, programmatic
Dyrektor sprzedaży online Sprzedajemy.pl, szef Grupy Programmatic przy IAB Polska, członek Rady Merytorycznej raportu strategicznego Internet 2017/2018 IAB Polska
Trenerka szkoleń z e-marketingu, programmatica - na sali szkoleniowej spędziła ponad 100 godzin.
Szkola Główna Handlowa – studia podyplomowe: Marketing Internetowy
Z branżą reklamową związana jest od 2008 roku. Ma doświadczenie w realizacji kampanii prasowych oraz projektów cross mediowych, obecnie na co dzień zajmuje się szeroko pojętą reklamą online. Swoją wiedzę wykorzystuje w praktyce oraz stale poszerza uczestnicząc w branżowych szkoleniach i konferencjach.



3 z 3

Jacek Józwiak

Platform Sales Manager w ReveScore – w pierwszym oficjalnym technologicznym i marketingowym partnerze Doubleclick w Europie Środkowo-Wschodniej. Z branżą internetową związany od 2009. Przed ReveScore pracował w DoubleClick, gdzie obsługiwał klientów DoubleClick w Polsce i na innych rynkach w regionie CEE. Wcześniej pracował m.in. w Stroer Digital Media, gdzie przez kilka lat był odpowiedzialny za adaptację i wdrażanie nowych produktów reklamowych. Od ponad dwóch lat prowadzi również szkolenia i warsztaty z DoubleClick Bid Managera.
Trener szkoleń z e-marketingu, programmatica - na sali szkoleniowej spędził ponad 100 godzin.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują:

- materiały autorskie, opracowane przez wykładowców-praktyków, udostępniane uczestnikom drogą online
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają w formie elektronicznej zaświadczenie o ukończeniu szkolenia (pod warunkiem min. 80% frekwencji).

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: www.dimaq.pl. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Adres

ul. Puławska 39/77
02-508 Warszawa
woj. mazowieckie

Zapewniamy sprzęt komputerowy z dostępem do Internetu wraz z zainstalowaną przeglądarką internetową oraz dostępem do narzędzi wykorzystywanych w realizacji programmatic, zapewniających możliwość uzyskania wskazanych efektów uczenia się.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599