



## Akademia marketingu internetowego DIMAQ Basic - szkolenie

Numer usługi 2024/07/02/9718/2205714

4 428,00 PLN brutto

3 600,00 PLN netto

164,00 PLN brutto/h

133,33 PLN netto/h

ZWIĄZEK  
PRACODAWCÓW  
BRANŻY  
INTERNETOWEJ  
INTERACTIVE  
ADVERTISING  
BUREAU POLSKA



- 📍 zdalna w czasie rzeczywistym
- 📄 Usługa szkoleniowa
- 🕒 27 h
- 📅 29.07.2024 do 07.08.2024

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<b>Szkolenie przeznaczone jest dla:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>dla osób, które potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy digital marketingu,</li><li>dla osób, które rozpoczynają pracę w działach marketingu internetowego,</li><li>dla osób, które dotychczas pracowały w marketingu tradycyjnym i przechodzą do działów digitalowych lub rozszerzają zakres swoich obowiązków o marketing internetowy,</li><li>dla specjalistów w jednej dziedzinie online marketingu (np. SEM czy social media), którzy chcą zyskać szersze spojrzenie na kontekst swoich działań,</li><li>dla osób, które chcą oficjalnie potwierdzić swoje kompetencje i przygotować się do egzaminu DIMAQ.</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	4
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	15
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	26-07-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	27

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do prowadzenia działań w obszarze marketingu internetowego związanych z budowaniem strategii promocyjnych i działań taktycznych online, optymalizowaniem stron www pod działania kampanii reklamowych oraz pomiarem skuteczności kampanii reklamowych online. Uczestnik znając sylwetkę internauty oraz rynek reklamy internetowej będzie dobierać typy kampanii, narzędzia reklamy online a także planować budżet.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
DIGITAL MARKETING – PODSTAWY	charakteryzuje podstawowe pojęcia oraz narzędzia i wskaźniki marketingu online	Test teoretyczny
	rozdziela najnowsze trendy i tendencje związane z użytkowaniem mediów cyfrowych	Test teoretyczny
STRATEGIA I PLANOWANIE	definiuje cele, rodzaje kampanii (sprzedażowe i wizerunkowe), grupy docelowe, kanały komunikacji	Test teoretyczny
	interpretuje elementy media planu, w tym modele rozliczeń, miejsca emisji kampanii, wskaźniki efektywności kampanii, raporty post-but	Test teoretyczny
E-MAIL MARKETING	charakteryzuje elementy budowania baz danych (wskazuje sposoby pozyskiwania subskrybentów, aspekty prawne zapisu do baz oraz administrowania bazami danych) sposoby zbierania danych w sieci	Test teoretyczny
SEARCH ENGINE MARKETING	interpretuje pojęcie SEO; rozdziela elementy wpływające na pozycjonowanie strony (SEO onsite i offsite)	Test teoretyczny
	charakteryzuje kluczowe aspekty SEA (Google Ads); definiuje najważniejsze elementy projektowania kampanii reklamowej (QS, Aukcja drugiej ceny, stawki CPC)	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>DISPLAY ADVERTISING I PROGRAMMATIC</p> <p>CONTENT MARKETING</p>	<p>charakteryzuje i rozróżnia formaty reklamy display, w tym formaty płaskie, na warstwie</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>definiuje kluczowe elementy ekosystemu reklamy programatycznej (Programmatic Direct, RTB)</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>definiuje pojęcie CM, strategię, cele, rodzaje treści, kanały dystrybucji i typy reklamy w Content marketingu (reklama natywna)</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wskazuje dobre praktyki pisania do internetu (webwriting); definiuje pojęcia odwrócona piramida, long form, wzorzec F</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>SOCIAL MEDIA</p> <p>VIDEO ADVERTISING</p>	<p>charakteryzuje największe platformy social media w Polsce; charakteryzuje grupy docelowe korzystające z poszczególnych platform społecznościowych</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>interpretuje podstawowe wskaźniki wykorzystywane do opisu efektywności działań na platformach społecznościowych (ER, zasięg organiczny/płatny)</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>charakteryzuje podstawowe formaty reklamy video online</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>E-COMMERCE</p>	<p>definiuje największe platformy video online i VoD na rynku polskim</p> <p>charakteryzuje podstawowe pojęcia i koncepcje obszarze e-commerce (m-commerce, ROPO, ZMOT, Click&amp;Collect, Omnichannel, multichannel itp.)</p>	<p>Test teoretyczny</p>
	<p>wskazuje kluczowe elementy w strategii budowania sklepu internetowego; interpretuje wskaźniki efektywności działań w e-commerce</p>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
MOBILE MARKETING	charakteryzuje podstawowe pojęcia i koncepcje związane z marketingiem mobilnym (smartfonizacja, multiscreening, IoT, RWD)	Test teoretyczny
	identyfikuje formaty i rodzaje reklamy dostępnej w mobile	Test teoretyczny
ANALITYKA, UX	charakteryzuje podstawowe pojęcia i ogólną architekturę narzędzia Google Analytics (wskazuje główne raporty w GA: Pozyskiwanie, Zaangażowanie, Generowanie przychodu, Atrybuty użytkownika)	Test teoretyczny
	charakteryzuje pojęcia związane z UX (Usability, UX/UI designer, Makieta, prototyp); rozdziela metody i rodzaje badań użyteczności (jakościowe, ilościowe)	Test teoretyczny
PRAWO w Internecie	definiuje podstawowe przepisy prawa związane z działalnością w Internecie (wskazuje możliwości oraz ograniczenia prawne w zakresie działań marketingowych online)	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

## Dzień 1.

### Wprowadzenie 5min.

- kwestie organizacyjne
- sprawdzenie listy obecności
- informacje o egzaminie

### Digital marketing - podstawy 2h 30min.

- DIMAQ - krótko i praktycznie o egzaminie
- Rozwój internetu - użytkownicy internetu w Polsce
- Słownik Digital marketingu - kluczowe hasła, tendencje
- Reklama w internecie - słownik najważniejszych pojęć
- model AIDA lejek sprzedażowy

## Dzień 2.

### Strategia i planowanie 2 h 30min.

- Kanały komunikacji marki w internecie - model POEM
- Budowa strategii komunikacji online (cele, KPI, grupy docelowe-persony, kreacja, placementy reklamowe)
- Kto jest kim, czyli struktura rynku reklamowego
- Brief reklamowy krok po kroku - analiza
- Wybór agencji - parametry wyboru, modele współpracy i rozliczeń z agencją
- Słownik kreatywny - kluczowe pojęcia związane z kreacją w internecie

## Dzień 3.

### E-mail marketing 2h 30min.

- Wprowadzenie do e-mail marketingu - kluczowe pojęcia
- Strategia e-mail marketingowa
- Jak pozyskiwać dane subskrybentów i dbać o bazy odbiorców
- Jak napisać i zaprojektować skuteczny e-mailing i newsletter
- Pomiar i optymalizacja efektów działań e-mail marketingowych
- Platformy e-mail marketingowe
- Marketing automation - charakterystyka, możliwości działania

## Dzień 4

### Search Engine Marketing 2h 30min.

- Wprowadzenie do SEM - wyniki organiczne versus płatne w wyszukiwarce
- Ja działają wyszukiwarki? Rynek wyszukiwarek w Polsce
- Przegląd najważniejszych parametrów wpływających na pozycję strony w Google
- SEO copywriting, czyli jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom
- Trendy w SEO - Voice search, SEO on SERP
- Czym jest system reklamowy Google Ads?
- Platforma Google Ads od podstaw - tworzenie kampanii reklamowej
- Analiza i optymalizacja działań reklamowych w Google Ads
- System reklamowy Google - charakterystyka działania

## Dzień 5.

### Display advertising i programmatic 1 h

- Standardy reklamy display - formaty reklamowe, modele rozliczeń, efektywność, cenniki
- Zakup mediów - od modelu tradycyjnego do programmatic
- Mechanika działania programmatic/RTB- ważne pojęcia
- Programmatic, czyli reklama napędzana danymi - 1st, 2nd, 3th data party
- Wyzwania dla reklamy online - viewability, brand safety, adblocking, ad fraud

## **Content Marketing 1h 30 min**

- Strategia w Content Marketingu - na co zwrócić uwagę projektując działania
- Rodzaje treści i kanały dystrybucji materiałów Content Marketingowych
- Jak pisać atrakcyjne treści w Content Marketingu
- Reklama natywna - charakterystyka, skuteczność
- Pomiar efektywności działań Content Marketingowych

## **Dzień 6.**

### **Social media 1h 30min.**

- Obraz mediów społecznościowych w Polsce
- Klasyfikacja i strategia w Social Media
- Przegląd platform, możliwości reklamowych, formatów, modeli rozliczeń
- Rodzaje interakcji w Social Media - różnice między platformami
- Jak tworzyć atrakcyjne kreacje reklamowe do Social Media
- Pomiar i optymalizacja kampanii w Social Media - cele versus KPI
- Jak monitorować działania w Social Media - przegląd najważniejszych narzędzi rynkowych

### **VIDEO ADVERTISING 1h**

- Konsumpcja treści wideo w internecie - co oglądamy? Kluczowe serwisy wideo i VoD
- Rynek reklamy wideo online
- YouTube - jak zaplanować skuteczną strategię komunikacji marki
- Pomiar i analizowanie efektów działań reklamowych wideo

## **Dzień 7.**

### **Mobile marketing 1 h.**

- Wprowadzenie do Mobile marketingu
- Strona mobilna versus strona RWD co wybrać?
- Reklama w Mobile marketingu
- Aplikacja mobilna - rodzaje aplikacji, systemy operacyjne itd.
- Internet of Things - czym jest? - koncepcja, przykłady

### **E-commerce 1h 30 min**

- Obraz rynku e-commerce w Polsce
- Kluczowe elementy wpływające na e-commerce
- Jak zaprojektować sklep online

## **Dzień 8.**

### **Analityka, UX 1 h 30 min**

- Wprowadzenie do Google Analytics - podstawowe pojęcia
- Platforma GA - przegląd możliwości analitycznych
- Najważniejsze raporty w GA
- Campaign/Google URL Builder - możliwości i zasady budowy

### **Prawo w internecie 1 h**

- Prawa autorskie i prawa pokrewne
- Rozwiązania prawne w zakresie współpracy klient - agencja
- Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji
- Prawo karne a internet
- Reklama trudnych produktów
- Reklama skierowana do dzieci
- Aspekty prawne w e-commerce

### **Walidacja - 10 min**

Zgodnie z wytycznymi PARP będzie monitorowany czas zalogowania do platformy uczestników szkolenia.

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

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Elementy praktyczne obejmują m.in.:

- przygotowanie planu kampanii reklamowej (wyznaczanie, celów, podział kanałów komunikacji, podział budżetu reklamowego)
- przygotowanie projektu mailingu reklamowego
- przygotowanie rodzajów treści i kanałów dystrybucji w obszarze content marketingu
- przygotowanie kluczowych elementów, które powinna zawierać strona produktowa (e-commerce)

Szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 10</b> Wprowadzenie - rozmowa na żywo, chat	Justyna Spytek	29-07-2024	09:55	10:00	00:05
<b>2 z 10</b> Digital marketing - podstawy - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Justyna Spytek	29-07-2024	10:00	12:30	02:30
<b>3 z 10</b> Strategia i planowaie. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Justyna Spytek	30-07-2024	10:00	12:30	02:30
<b>4 z 10</b> E-mail marketing. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Justyna Spytek	31-07-2024	10:00	12:30	02:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>5 z 10</b> Search Engine Marketing. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Justyna Spytek	01-08-2024	10:00	12:30	02:30
<b>6 z 10</b> Display advertising i programmatic oraz Content Marketing. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Justyna Spytek	02-08-2024	10:00	12:30	02:30
<b>7 z 10</b> Social media i video advertising. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Justyna Spytek	05-08-2024	10:00	12:30	02:30
<b>8 z 10</b> Mobile marketing i e-commerce. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Justyna Spytek	06-08-2024	10:00	12:30	02:30
<b>9 z 10</b> Analityka internetowa i user experience i prawo w internecie. Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Justyna Spytek	07-08-2024	10:00	12:30	02:30
<b>10 z 10</b> Walidacja	-	07-08-2024	12:30	12:40	00:10



# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	4 428,00 PLN
Koszt usługi netto	3 600,00 PLN
Koszt godziny brutto	164,00 PLN
Koszt godziny netto	133,33 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Justyna Spytek

TRADETRACKER POLAND - MANAGING DIRECTOR - 07.2011 - 12.2019

Wprowadzenie i rozwój sieci afiliacyjnej TradeTracker na polskim rynku:

- koordynacja pracy całego zespołu i kampanii efektywnościowych dla lokalnych i międzynarodowych

e-commerców z branży moda, podróże, dom i ogród, finanse,

- marketing i PR - prelegentka podczas wydarzeń marketingowych i konferencji.

CODEMEDIA - HEAD OF DIRECT - 06.2009 - 06.2011

Rozwój produktów i usług z zakresu Direct Response:

- wprowadzenie na rynek i koordynowanie działań reklamowych i sprzedażowych jednego z pierwszych e-commerce'ów w Polsce - Tchibo Direct,

- organizowanie dedykowanych programów partnerskich, koordynowanie prac zespołu realizującego kampanie directowe.

AKADEMIA LEONA KOŹMIŃSKIEGO - WYKŁADOWCA - 10.2019 DO OBECNIE

Prowadzenie zajęć z przedmiotów związanych z instrumentami promocji w handlu elektronicznym, m.in. personalizacja w e-handlu, marketing efektywnościowy.

COLLEGIUM CIVITAS - CZŁONEK RADY PROGRAMOWEJ, WYKŁADOWCA

01.2020 DO OBECNIE

Opracowanie programu i prowadzenie zajęć ze studentami z przedmiotów t.j. Programmatic, E-commerce, Digital Marketing

Szkoleniowiec - przeprowadziła szkolenia dla kilkunastu klientów z zakresu e-commerce, łącznie ponad 500h szkoleniowych. Wykształcenie wyższe.

## 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

## Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt [szkolenia@dimaq.eu](mailto: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

1. Podatek VAT - usługa szkoleniowa 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%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701). Wymagane oświadczenie przedsiębiorstwa.

## Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - brak Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować

Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wskazane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

## Kontakt



**Agnieszka Fabianowicz**

**E-mail** [a.fabianowicz@dimaq.eu](mailto:a.fabianowicz@dimaq.eu)

**Telefon** (+48) 515 992 599