

socjomania

**Certyfikowany kurs Digital Marketing -
webinar - 6 spotkań 13.09 -18.10**

Numer usługi 2024/08/02/14143/2249984

7 380,00 PLN brutto

6 000,00 PLN netto

55,91 PLN brutto/h

45,45 PLN netto/h

SOCJOMANIA

SPÓŁKA Z

OGRANICZONĄ

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

CIA



📍 mieszana (zdalna połączona z usługą zdalną w czasie
rzeczywistym)

👤 Usługa szkoleniowa

🕒 132 h

📅 13.09.2024 do 18.10.2024

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Sposób dofinansowania

wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

Grupa docelowa usługi

- **Profesjonaliści tradycyjnego marketingu / PR:** W celu podniesienia kwalifikacji z zakresu digital marketingu i potwierdzenia ich międzynarodowym certyfikatem.
- **Specjaliści digital marketing:** Aby potwierdzić swoje kompetencje międzynarodowym certyfikatem i przygotować się do awansu na stanowiska menadżerskie.
- **Właściciele firm, niezależni konsultanci:** Dla zabieganych osób, którym zależy na krótkim cyklu szkoleniowym, obejmującym zakresem najważniejsze kanały digital.
- **Zmieniający branżę, rozwijający karierę:** W branży digital cały czas brakuje specjalistów.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

12

Data zakończenia rekrutacji

05-09-2024

Forma prowadzenia usługi

mieszana (zdalna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

Liczba godzin usługi

132

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Program szkolenia zakłada omówienie od podstaw kluczowych kwestii zagadnień marketingu (także w erze AI) oraz rozwój umiejętności związanych z obsługą narzędzi takich jak Google Ads czy Google Analytics 4. Szkolenie porusza również inne obszary marketingu internetowego: obsługę kanałów social media, prowadzenie działań SEO, email marketingu, czy content marketingu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zrozumienie roli digital marketingu w strategii komunikacyjnej. Nabycie umiejętności planowania, tworzenia i zarządzania kampaniami online oraz integrowania działań z innymi kanałami. Nauka mierzenia i analizy ruchu w internecie, poznanie narzędzi usprawniających działania online, ze szczególnym uwzględnieniem wpływu digital marketingu na rozwój działalności.	Obecność na zajęciach oraz ukończenie ścieżki kursu na platformie e-learningowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak

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

Tak

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

Tak

Program

ZAJĘCIA 1 (godz. 10:00 - 17:00)

10:00 Digital Marketing w erze AI

- Czym jest digital marketing, pojęcia z nim związane
- Inbound i outbound marketing
- Przegląd kanałów i narzędzi digital
- Marketing tradycyjny a marketing digital
- Metodyka 3i Digital Marketing Institute
- Jak nadejście ery AI może pomóc w pracy marketerów
- Cele SMART na potrzeby planowania kampanii digital
- Research grup docelowych i konkurencji - przegląd narzędzi
- Badania trendów w branży
- Tradycyjny lejek w Customer Journey
- Zmiany w Customer Journey Map a kanały digital
- Integracja kanałów tradycyjnych i kanałów digital

13:00 Przerwa obiadowa

14:00 Content Marketing

- Koncepcje i strategie content marketingowe
- Evergreen content
- Taktyki zbierania pomysłów na treści
- Kreatywne podejście do briefu
- Pierwsze kroki z ChatGPT

17:00 Zakończenie

ZAJĘCIA 2 (godz. 10:00 - 17:00)

10:00 Content Marketing

- Audyt efektywności działań w content marketingu w oparciu o mierniki
- Tworzenie person
- Tworzenie contentu i kuratela nad treściami
- Opracowywanie planu contentowego - publikacja, dystrybucja i taktyki recyklingu treści

13:00 Przerwa obiadowa

14:00 Social Media Marketing

- Sposoby wpływania na Customer Journey poprzez media społecznościowe
- Kluczowe platformy społecznościowe: Facebook, WhatsApp, Instagram, X (Twitter), LinkedIn, Snapchat, Pinterest
- Kluczowe SM bazujące na formacie video: YouTube, TikTok
- Optymalizacja profili w kanałach społecznościowych na potrzeby biznesu
- Tworzenie, angażowanie oraz podtrzymywanie społeczności w social media
- Tworzenie i optymalizowanie kampanii reklamowych (Facebook, Instagram, X (Twitter) LinkedIn, Pinterest, TikTok)
- Analiza efektywności w oparciu o mierniki, raportowanie
- Media społecznościowe na potrzeby e-commerce

17:00 Zakończenie

ZAJĘCIA 3 (godz. 10:00 - 17:00)

10:00 SEO (Search Engine Optimization)

- Kluczowe elementy SEO
- Jak działają silniki wyszukiwarek
- Search Engine Results Page (SERP)
- Badanie słów kluczowych pod kątem SEO
- Optymalizacja strony (on-page i off-page) oraz optymalizacja pod kątem technicznym
- Google Search Console
- Darmowe i płatne narzędzia SEO
- Narzędzia AI dla SEO
- Analiza efektywności działań SEO

13:00 Przerwa obiadowa

14:00 Paid Search (PPC) i Display Advertising

- Analiza słów kluczowych pod kątem kampanii PPC
- Tworzenie kampanii w Google Ads
- Strategie planowania budżetu i system kreowania stawek Google Ads
- GDN, AI i kampanie Performance Max
- Targetowanie kampanii typu Demand Generation w Google Ads
- Analiza efektywności kampanii w Google Ads: mierniki i raportowanie
- Display i Video Advertising
- Typy formatów Display i Video Ad
- Kampanie remarketingowe - Display i Video
- Zarządzanie i optymalizacja kampanii: Search, Display i Video

17:00 Zakończenie

ZAJĘCIA 4 (godz. 10:00 - 17:00)

10:00 Website Optimization i eCommerce

- Budowanie widoczności w internecie
- Optymalizacja stron internetowych biorąc pod uwagę Customer Journey
- Strona główna
- User-Centered Design - UX i UI
- eCommerce Marketplaces
- Testy A/B w optymalizacji stron internetowych
- Web design - najważniejsze zasady projektowania stron internetowych
- Rozwiązania eCommerce
- Mierzenie efektywności strony internetowej: mierniki i narzędzia

13:00 Przerwa obiadowa

14:00 Analityka z Google Analytics 4 (GA4)

- Podstawy analityki internetowej
- Tworzenie i konfigurowanie konta Google Analytics 4
- Typy zdarzeń w GA4
- Kluczowe raporty w GA4
- Dane w czasie rzeczywistym w GA4
- Analityka, prywatność i ochrona danych
- Łączenie GA4 z innymi narzędziami
- Zaawansowane zdarzenia niestandardowe w GA4
- Śledzenie UTM z użyciem URL Builder
- Tworzenie niestandardowych grup odbiorców
- Najlepsze praktyki w zakresie analizy danych z GA4

17:00 Zakończenie

ZAJĘCIA 5 (godz. 10:00 - 17:00)

10:00 Email Marketing

- Email marketing i Omnichannel Marketing - narzędzia i strategie
- Wykorzystywanie CRM na potrzeby kampanii e-mail marketing
- Projektowanie workflows w kampaniach e-mail marketing
- Projektowanie wysyłek
- Testowanie i optymalizacja kampanii
- Kwestie prawne
- Marketing Automation

13:00 Przerwa obiadowa

14:00 Budowanie kompetencji Digital Marketing Managera

- Seven-Step Framework w zarządzaniu projektami
- Stosowanie zwinnej koncepcji (Agile) "MVP"
- Taktyki usuwania barier twórczych
- Zalety strategicznego myślenia

- Strategie skutecznej komunikacji
- Metoda "testuj i ucz się"
- Metody generowania nowych pomysłów
- Budowanie umiejętności skutecznego rozwiązywania problemów
- Sposoby na oszczędzanie czasu i "tworzenie czasu"
- Taktyki wpływania na otoczenie jako lider i jako marketer

17:00 Zakończenie

ZAJĘCIA 6 (godz. 10:00 - 17:00)

10:00 Digital Marketing Strategy

- Marketing dzisiaj
- Krytyczne myślenie o badaniach
- Strategia i prognozowanie
- Tworzenie briefu
- Wykorzystywanie mediaplanu
- Strategy and Return on Investment (ROI)
- Audyt działań jako podstawa do budowy skutecznej strategii digital
- Określenie celów strategii oraz KPI
- Praca z agencją - zlecenie działań wg briefu, egzekucja i rozumienie raportów
- Odpowiedni dobór kanałów w oparciu o wyznaczone cele (KPI), wnioski z researchu oraz raportów
- Taktyki digital
- Realizacja strategii
- Komunikowanie strategii digital wewnątrz organizacji
- Identyfikacja zasobów i narzędzi automatyzacji, które umożliwią efektywną realizację strategii

13:00 Przerwa obiadowa

14:00 Powtórka i przygotowanie do egzaminu

- Sesja pytań i odpowiedzi
- Przykładowy test wiedzy
- Odniesienia do materiałów dodatkowych
- Podpowiedzi co do dalszego rozwoju indywidualnego

17:00 Zakończenie

+ materiały z zajęć z każdego omawianego podczas webinarium tematu, które Uczestnik otrzymuje wraz z dostępem do platformy e-learningowej (90h).

Podsumowując:

42h - szkolenie zdalne w czasie rzeczywistym (harmonogram poniżej)

90h - szkolenie zdalne: praca własna Uczestnika na platformie e-learningowej (Uczestnik samodzielnie decyduje o czasie spędzonym na platformie)

Łącznie: 132h

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 380,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	55,91 PLN
Koszt osobogodziny netto	45,45 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

Monika Drabczyńska

Strateg marketingowy. W pracy stawia na nieszablonowe i nowatorskie rozwiązania, gdzie w centrum stawiany jest użytkownik. Współpracowała z markami tj.: Skanska, Nokia, czy Santander Consumer Bank Polska. Szerokie doświadczenie w branży e-commerce zdobywała zarządzając projektami z obszaru budowania marki, mediów społecznościowych oraz kampanii SEO/SEM. Certyfikowany facylitator i miłośniczka procesu Design Thinking, co zwieńcza organizacją corocznej charytatywnej konferencji I DESIGN. W Socjomanii prowadzi szkolenia zajęcia w ramach kursów DMI, a także projekty dedykowane.



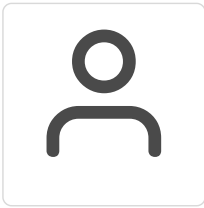
2 z 3

Karolina Kociołek

Praktyk z zakresu marketingu w mediach społecznościowych, trenerka, entuzjastka digitalu i nowych technologii.

Od 2016 związana z marketingiem. Przeprowadza audyty, współtworzy strategie, doradza i szkoli. Prowadzi zajęcia z content marketingu i mediów społecznościowych w ramach certyfikowanego kursu Digital Marketing prowadzonego na licencji Digital Marketing Institute.

Doświadczenie zdobywała w agencjach social mediowych, PR-owych i digitalowych, zajmując stanowiska od specjalistki i trenerki po team leaderkę działu social media.



3 z 3

Szymon Lisowski

Praktyk w zakresie realizacji działań marketingowych w kanałach digital. Przygotowuje i pomaga we wdrożeniu strategii działań marek w internecie. Pracował przy projektach strategicznych realizowanych dla m.in. Uniwersytetu Warszawskiego, magazynu KUKBUK i innych. Specjalizuje się w Facebook Ads. Posiada przekrojową wiedzę na temat głównych narzędzi digital marketingu. Certyfikowany trener Digital Marketing Institute. Na swoim koncie ma już 2000+ h szkoleń i konsultacji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje roczny dostęp do materiałów w języku angielskim na licencji Digital Marketing Institute oraz do dodatkowych materiałów autorskich Socjomanii umieszczonych na platformie e-learningowej

Warunki uczestnictwa

Przed przystąpieniem do kursu warto skorzystać z dedykowanego testu, aby sprawdzić swoją wiedzę. Link do testu: <https://my.digitalmarketinginstitute.com/diagnostic/register/pl-soc/soclmqhst43>

Zachęcamy również do kontaktu z naszym Concierge, w celu sprawdzenia, który kurs będzie dla Ciebie odpowiedni (Certyfikowany kurs Digital Marketing/Certyfikowany kurs Strategy&Leadership).

Ważne, aby Twoja znajomość języka angielskiego była na poziomie co najmniej komunikatywnym.

Informacje dodatkowe

Zajęcia odbywają się poprzez platformę Google Meet. Uczestnik na 7 dni przed rozpoczęciem zajęć otrzymuje e-mail organizacyjny z niezbędnymi informacjami organizacyjnymi, w tym z linkami do poszczególnych zajęć. Uczestnik otrzymuje również dostęp do platformy e-learningowej, na której znajdują się materiały szkoleniowe.

Każdy z uczestników może podczas zajęć pracować na własnym koncie w omawianych narzędziach, dzięki czemu ma możliwość wdrażania zdobytej podczas webinaru wiedzy. Jeżeli nie posiada konta w danym narzędziu z pewnością warto je założyć przed webinarem. Przed kursem uczestnicy otrzymują przewodnik ze wskazówkami jak krok po kroku założyć takie konta.

Egzamin, do którego przygotowuje kurs, nie jest obowiązkową częścią kursu i jest on przeprowadzany przez DMI (poza Socjomanią).

W cenie kursu zawarty jest koszt certyfikacji oraz 1 podejście do egzaminu.

Warunki techniczne

Dostęp Uczestnika do komputera, internetu, sprawny mikrofon i kamera. Przed webinarem Uczestnik otrzyma od nas dostęp do naszej platformy e-learningowej, na której umieszczone są materiały dydaktyczne, m.in. te którymi będzie posiłkował się podczas zajęć trener. Rekomendujemy korzystanie z drugiego monitora podczas zajęć, ale nie jest to obowiązkowe. **Zajęcia odbywają się poprzez platformę Google Meet.**

Kontakt



Anna Dudek

E-mail anna.dudek@socjomania.pl

Telefon (+48) 664 754 755