

Szkolenie: Digital Marketing Institute  
 Professional Diploma in Digital Strategy and Planning


FORMA SZKOLENIA	MATERIAŁY SZKOLENIOWE	CENA	CZAS TRWANIA
Stacjonarne	Cyfrowe	5800 PLN NETTO*	5 dni
Stacjonarne	Tablet CTAB	6200 PLN NETTO*	5 dni
Metoda dlearning	Cyfrowe	5800 PLN NETTO*	5 dni
Metoda dlearning	Tablet CTAB	6200 PLN NETTO*	5 dni

\* (+VAT zgodnie z obowiązującą stawką w dniu wystawienia faktury)

## LOKALIZACJE

Kraków - ul. Tatarska 5, II piętro, godz. 9:00 - 16:00

Warszawa - ul. Bielska 17, godz. 9:00 - 16:00

## Cel szkolenia:

Szkolenie **Professional Diploma in Digital Strategy and Planning** wprowadza uczestników w świat komunikacji internetowej i pomaga im w stworzeniu przemyślanej strategii spójnej z polityką ich firm. Na kursie zdobędziesz kompleksową wiedzę na temat **planowania i strategii stosowanych w marketingu internetowym**, takich jak: wybór personelu, analitykę, zarządzanie reputacją i social mediami.

### Akredytacja:

**Digital Marketing Institute** jest globalnym standardem certyfikacji w dziedzinie marketingu, co roku kształcą największą liczbę specjalistów z zakresu **marketingu internetowego** spośród wszystkich instytucji szkoleniowych w tej tematyce.

Program nauczania DMI uczy niezbędnych umiejętności oraz kompetencji wymaganych w obecnym **marketingu internetowym**, a **certyfikaty DMI** znane są już na całym świecie.

### Cele:

Dzięki temu szkoleniu zdobędziesz niezbędne umiejętności wymagane do planowania, implementacji i zarządzania wszechstronną i efektywną strategią marketingu internetowego.

Kurs **Professional Diploma in Strategy and Planning** pozwoli na zdobycie umiejętności wymaganych do:

- Planowania, tworzenie i zarządzania efektywnymi kampaniami marketingowymi
- Identyfikacji kluczowych aspektów, które winny zostać poddane analizie

- Budżetowania kampanii, doboru personelu, analityki, zarządzania reputacją i social mediami

### Adresaci szkolenia:

Szkolenie skierowane jest do osób zaangażowanych w **planowanie strategii marketingu internetowego** oraz osób, które chciałyby zajmować się tą tematyką w przyszłości. Jest ono odpowiednie dla osób o różnym stopniu wiedzy i doświadczenia w tematyce marketingu internetowego. Zaprojektowane w taki sposób, aby kursant zapoznał się w szczególności z procesami planowania i tworzenia strategii w strefie szeroko pojętego marketingu internetowego.

### Plan szkolenia:

- Wprowadzenie do planowania i tworzenia strategii
  - Moduł wprowadza do tematyki marketingu internetowego i sposobów tworzenia przemyślanej strategii dostosowanej do wymagań rynku. Poruszane tematy zawierają optymalizacje dla wyszukiwarek reklamy pay-per-click, email marketing, search marketing, mobile marketing i inne. Celem modułu jest uzyskanie solidnych podstaw w kluczowych aspektach marketingu internetowego.
- Komunikacja tradycyjna
  - Mierzeni wydajności i potrzeb klienta w komunikacji tradycyjnej jest często trudne i problematyczne. W module tym zostanie pokazane jak komunikacja tradycyjna i cyfrowa się dopełniają i jak za pomocą ich integracji stworzyć najlepsze możliwe kampanie marketingowe.
- Komunikacja internetowa
  - Rozdział porusza tematykę optymalizacji dla wyszukiwarek (SEO) i reklam pay-per-click (PPC). Dodatkowo omówiona zostaje tematyka email marketingu, reklam graficznych i marketingu w sieciach społecznościowych takich jak Facebook, Twitter oraz LinkedIn. Celem modułu jest zapoznanie z uczestnika z powyższymi narzędziami, tak aby mógł je umiejętnie wykorzystywać w prowadzonych internetowych strategiach marketingowych.
- Kanały internetowy
  - Omówienie różnych form reklam w Internecie, ich wad i zalet oraz dopasowania do potrzeb kampanii. Moduł porusza tematykę optymalizacji dla wyszukiwarek (SEO), reklam pay-per-click (PPC), email marketingu oraz reklam graficznych.
  - Dodatkowo omówiony zostaje marketing w sieciach społecznościowych z uwzględnieniem Facebook, Twitter i LinkedIn. Celem modułu jest zapoznanie z powyższymi koncepcjami w celu ich implementacji w strategiach marketingowych.
- Obsługa klienta w sieciach społecznościowych
  - Implementacja sieci społecznościowych w planowaniu i tworzeniu strategii marketingowej oraz utrzymanie zaangażowania klienta. Omówienie sieci Facebook i Twitter dla potrzeb biznesowych i ich integracja z tradycyjnymi formami komunikacji.
- Budżet
  - Zapoznanie z technikami stosowanymi w marketingu internetowym, które są przyjazne dla budżetu jak na przykład social media. Omówienie różnych płatnych form promowania się

w internecie i ich plusów i minusów. Dowiesz się również, że komunikacja internetowa jest wspierana przez silną analitykę.

- Personel
  - Zatrudnienie odpowiedniego personelu jest kluczowe, gdyż to od tych osób zależy jakość Twoich kampanii. Moduł omawia nowe role i zadania związane z marketingiem internetowym oraz wyzwania jakie stawiane są działowi HR.
- Zagrożenia i reputacja
  - W rozdziale omówione zostają najważniejsze zagrożenia, takie jak kradzież tożsamości, social engineering, oszustwa, nękanie, molestowanie seksualne, zniesławienie, jak również zagrożenia związane z bezpieczeństwem komputerowym, takim jak malware czy hacking. Dodatkowo uczestnicy zapoznają się z narzędziami i metodami monitorowania reputacji.
- Analityka
  - Ponadto omówione zostaną korzyści z adaptacji narzędzi do profesjonalnej analityki, rozpoznawanie kluczowych wskaźników wydajności (KPI) powiązanych z różnymi kanałami cyfrowymi i ich wykorzystaniem w analizie.
- Tworzenie strategii i planu
  - W tym rozdziale skupione zostają wszystkie poruszane dotychczas tematy w celu ukazania najlepszych praktyk pomyślnej strategii marketingowej.
  - Moduł opiera się na metodologii Digital Marketing Institute, która składa się z trzech komponentów:
    - Część 1 zawiera analizę sytuacji w oparciu o formalny proces gromadzenia informacji na temat aktualnych aktywności w komunikacji internetowej.
    - W części 2 utworzony zostaje zbiór jasnych i wyraźnych celów dla różnych zakresów z uwzględnieniem analizy w oparciu o informacje zgromadzone w części 1.
    - Część 3 kładzie nacisk na znaczenie ciągłej analizy i monitoringu komunikacji internetowej w firmie.

## Wymagania:

Szkolenie przeznaczone jest dla każdego niezależnie od posiadanego doświadczenia. Celem kursu **Professional Diploma in Strategy and Planning** jest zapoznanie uczestników z planowaniem i tworzeniem strategii w szerokim spektrum marketingu internetowego, niezależnie od tego czy jesteś właścicielem firmy, który chce przenieść marketing na wyższy poziom czy osobą, która chce rozwijać się zawodowo w tym kierunku. Jedynym wymaganiem jest zainteresowanie tematem marketingu internetowego.

## Poziom trudności



## Certyfikaty:

Wszyscy uczestnicy szkolenia ostatniego dnia kursu otrzymają **certyfikaty ukończenia kursu** podpisane przez autoryzowanego trenera **Digital Marketing Institute**.

Powyższy kurs przygotowuje także do **egzaminu Certified Digital Marketing Specialist - Strategy & Planning**, który dostępny jest w **centrach egzaminacyjnych Pearson VUE** w Compendium CE.

## Prowadzący:

Autoryzowany trener Digital Marketing Institute.

## Informacje dodatkowe:

Syllabus Advisory Council jest Radą Programową związaną czynnie z branżą marketingu internetowego, która określa, definiuje i testuje program kursów DMI. Tym samym Rada przyczynia się do rozwoju międzynarodowych standardów oraz norm wspierających edukację w zakresie marketingu internetowego oraz towarzyszącej jej certyfikacji. Więcej na temat Rady Programowej można przeczytać tutaj: <http://digitalmarketinginstitute.com/syllabus-advisory-council>