

E-MARKETING		
PLAN STUDIÓW		
Lp.	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin
BLOK I - wprowadzenie teoretyczne		
1	Rynek reklamy internetowej oraz najnowsze trendy w e-marketingu	4
2	Tworzenie strategii marketingu internetowego	8
3	Narzędzie E-marketing self diagnostics	4
4	BIG DATA	8
5	Multichannel i Omnichannel	8
6	Kluczowe zagadnienia prawne związane z e-marketingiem (w tym RODO)	8
BLOK II - warsztat narzędziowy		
7	Tworzenie stron internetowych	16
8	User Experience i analiza użyteczności stron	8
9	Marketing Automation	8
10	Content marketing i copywriting	8
11	Google Adwords (z przygotowaniem do egzaminu Google)	16
12	Google Analytics (z przygotowaniem do egzaminu Google)	16
13	Pozycjonowanie stron internetowych (SEO)	16
14	Programy lojalnościowe i afiliacyjne	8
15	Reklama RTB (programmatic buying)	8
16	YouTube marketing	8
17	Facebook, Instagram i Messenger marketing	8
18	E-mail marketing	16
19	Chatboty – tworzenie, oraz wykorzystanie w działaniach marketingowych	8
20	Podstawy e-commerce	8
Obrona/Egzamin		8
RAZEM		200