

**Szkolenie pt. „PROMOCJA FIRMY W INTERNECIE”
realizowane dla Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach**

Abstrakt

Zapraszamy na szkolenie dotyczące marketingu internetowego i kreowania wizerunku w sieci!

W trakcie trzech modułów dowiesz się, jak skutecznie wykorzystać media społecznościowe i serwisy internetowe w celach marketingowych, jak zaplanować i przeprowadzić kampanie płatne oraz jak stworzyć skuteczną strategię marketingową.

W ramach szkolenia uczestnicy zdobędą praktyczną wiedzę na temat strategii kreowania wizerunku, analizy rynku mediów społecznościowych, dobierania odpowiednich narzędzi marketingowych, a także na temat optymalizacji strony internetowej oraz kampanii płatnych. W trakcie zajęć poznasz również kluczowe narzędzia analityczne i badawcze, które pomogą Ci zmierzyć efektywność działań marketingowych.

Metody pracy obejmują prace w grupie, case study, warsztaty, wykłady oraz konwersatoria. Podczas szkolenia omówione zostaną również dobre praktyki i inspiracje w zakresie marketingu internetowego.

Jeśli chcesz rozwijać swoją wiedzę i umiejętności w zakresie marketingu internetowego, a także poznać skuteczne sposoby kreowania wizerunku w sieci, to zapraszamy na nasze szkolenie.

Skorzystaj z okazji, by poznać nowe narzędzia i techniki marketingowe, które pozwolą Ci wzmocnić swoją obecność w sieci i osiągnąć lepsze wyniki w pracy.

Szczegółowe cele szkolenia:

Przedstawienie podstawowych zagadnień w zakresie marketingu w mediach społecznościowych oraz świadomego kreowania wizerunku w sieci.

- Przedstawienie podstawowych zagadnień w zakresie prowadzenia strony www z wykorzystaniem SEO i SEM, przybliżenie zasad tworzenia kampanii płatnych w sieci oraz innych form marketingu internetowego.
- Zdobywanie przez uczestników wiedzy i umiejętności w zakresie tworzenia skutecznej strategii marketingowej. Dodatkowo uczestnicy poznają zasady i narzędzia pozwalające skutecznie realizować przyjętą strategię.

Efekty kształcenia i korzyści dla uczestnika:

MODUŁ I - Media społecznościowe i kreowanie wizerunku:

- Uczestnicy szkolenia zyskają wiedzę na temat strategii kreowania wizerunku w sieci, co pozwoli im na bardziej świadome i skuteczne budowanie wizerunku osobistego lub marki.
- Dzięki omówieniu najpopularniejszych przykładów strategii wizerunkowych, uczestnicy będą mieli okazję poznać inspiracje dla swoich własnych działań marketingowych w mediach społecznościowych.
- Poznanie analizy rynku mediów społecznościowych w Polsce i dopasowywanie odpowiednich mediów społecznościowych do grupy docelowej pozwoli uczestnikom na zwiększenie skuteczności swoich działań.

MODUŁ II - Wykorzystywanie serwisów www oraz kampani płatnych w marketingu internetowym:

- Uczestnicy zdobędą wiedzę na temat optymalizacji strony, wdrażania SEO i SEM, a także content marketingu, co pozwoli im na skuteczne wykorzystanie serwisu www w działaniach marketingowych.
- Dzięki pozyskaniu wiedzy o podstawowych narzędziach do planowania kampanii płatnych i sposobach uniknięcia przepalania budżetu, uczestnicy będą mogli skutecznie wykorzystać reklamy płatne na Google ADS i Social Paid.
- Poznanie narzędzi analitycznych i badawczych umożliwi uczestnikom mierzenie efektywności swoich działań i podejmowanie trafniejszych decyzji.

MODUŁ III - Jak stworzyć skuteczną strategię marketingu internetowego?:

- Uczestnicy szkolenia poznają zasady budowania strategii marketingu internetowego, co pozwoli im na stworzenie skutecznej i dopasowanej do ich potrzeb strategii.
- Dzięki omówieniu narzędzi przydatnych w przy tworzeniu marketingu internetowego, uczestnicy zdobędą wiedzę, jakie programy graficzne, narzędzia do zarządzania marketingiem i narzędzia optymalizujące przygotowywanie treści są najbardziej skuteczne.
- Prezentacja dobrych praktyk i inspiracji w marketingu internetowym pozwoli uczestnikom na poznanie skutecznych rozwiązań w dziedzinie komunikacji i kampanii marketingowych.

Forma realizacji

Szkolenie realizowane w formie stacjonarnej na terenie kampusu Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach.

Program szkolenia:

MODUŁ I - Media społecznościowe i kreowanie wizerunku

Świadome kreowanie wizerunku w sieci

- Strategie kreowania wizerunku
- Najpopularniejsze przykłady strategii wizerunkowych
- Wizerunek osobisty, a wizerunek marki

Social Media Marketing

- Podstawowe definicje
- Analiza rynku mediów społecznościowych w Polsce
- Dopasowywanie odpowiednich mediów społecznościowych do grupy docelowej

Metody skutecznej promocji w internecie w uwzględnieniu social media

- Co determinuje skuteczny marketing?
- Jak optymalizować czas poświęcony na marketing w mediach społecznościowych
- Automatyzacja i wykorzystanie AI w social mediach

Celem tego modułu jest przedstawienie podstawowych zagadnień w zakresie marketingu w mediach społecznościowych oraz świadomego kreowania wizerunku w sieci.

Formy i metody pracy: praca w grupie, case study, warsztaty, wykłady, konwersatorium.

MODUŁ II - Wykorzystywanie serwisów www oraz kampani płatnych w marketingu internetowym

Serwis www, jako narzędzie komunikacji - optymalizacja, SEO, SEM, content marketing

- Czy strony www w XXI wieku są nadal potrzebne?
- Optymalizacja strony, wdrażanie SEO i SEM (zasady oceniania zewnętrznych podmiotów wykonujących zadania w tym zakresie)
- Content marketing, jako alternatywa dla klasycznego marketingu internetowego

Kampanie płatne - Google ADS (Search, Display, Youtube, PLA, etc.) oraz Social Paid

- Podstawowe narzędzia do planowania kampanii płatnych
- Jak nie przepalać budżetu?
- Outsourcing czy planowanie samemu kampanii?

Projekt pt. „**Jeden Uniwersytet – Wiele Możliwości. Program Zintegrowany**”

Narzędzia analityczne i badawcze, jako sposób mierzenia efektywności marketingu internetowego

- Jakie są kluczowe dane przy analityce marketingu internetowego?
- Darmowe narzędzia analityczne (Google Analytics, Pixel Facebook, Social Blade, etc.)
- Płatne narzędzia analityczne (NapoleonCat, Brand24, Sotrender, etc.)

Inne formy marketingu (afiliacyjny, e-mail, database, geolokalizacja, grywalizacja etc.)

- Marketing afiliacyjny
- E-mail marketing
- Pozostałe formy marketingu internetowego i kluczowe pojęcia z tym związane

Celem tego modułu jest przedstawienie podstawowych zagadnień w zakresie prowadzenia strony www z wykorzystaniem SEO i SEM, przybliżenie zasad tworzenia kampanii płatnych w sieci oraz innych form marketingu internetowego.

Formy i metody pracy: praca w grupie, case study, warsztaty, wykłady, konwersatorium.

MODUŁ III - Jak stworzyć skuteczną strategię marketingu internetowego?

Budowanie strategii marketingu internetowego

- Badania i analizy rynku
- Określenie głównego celu oraz środków jego osiągnięcia
- Ewaluacja przyjętej strategii

Współpraca i ocena podmiotów zewnętrznych prowadzących działania marketingowe

- Na co zwrócić uwagę przy wyborze firm do obsługi działań marketingowych?
- Komunikacja z agencjami marketingowymi
- Raportowanie efektów kampanii marketingowych

Najważniejsze narzędzia przydatne w przy tworzeniu marketingu internetowego

- Podstawowe programy graficzne oraz bazy zdjęć stockowych
- Narzędzia do zarządzania marketingiem internetowym
- Narzędzia optymalizujące przygotowywanie treści marketingowych

Dobre praktyki i inspiracje w marketingu internetowym

Projekt pt. **„Jeden Uniwersytet – Wiele Możliwości. Program Zintegrowany”**

- Prezentacja dobrych przykładów komunikacji i kampanii marketingowych na podstawie preferencji grupy

Celem tego modułu jest zdobycie przez uczestników wiedzy i umiejętności w zakresie tworzenia skutecznej strategii marketingowej. Dodatkowo uczestnicy poznają zasady i narzędzia pozwalające skutecznie realizować przyjętą strategię.

Formy i metody pracy: praca w grupie, case study, warsztaty, wykłady, konwersatorium.

Informacje o wykonawcy i trenerach realizujących szkolenie

Mateusz Witek - trener i szkoleniowiec z ponad dziesięcioletnim stażem. W swojej pracy współpracował zarówno z agencjami marketingowymi, uczelniami wyższymi, administracją publiczną, jak i instytucjami trzeciego sektora. Ekspert z dużym dorobkiem doświadczenia praktycznego, z zamyślenia i pasji marketingowca. Ma na swoim koncie ponad 10000 godzin szkoleniowych i blisko 3000 przeszkolonych osób.