

## Program szkolenia pt.: „E-MARKETING”

**Wymagania wstępne:** zagadnienia podstawowe z pracą z wykorzystaniem medium Internetu, chęci i pozytywne nastawienie.

MODUŁ	ZAGADNIENIA	METODA I ĆWICZENIA	CZAS	
			Zajęć teoretycznych	Zajęć praktycznych
<b>MODUŁ I: WYBÓR I OPRACOWANIE STRATEGII MARKETINGOWEJ (3 godz. lekcyjne)</b>	<p>Wprowadzenie do szkolenia:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Przedstawienie się.</li> <li>2. Prezentacja celu i agendy szkolenia.</li> <li>3. Zebranie indywidualnych oczekiwaniń odnośnie szkolenia.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoprezentacja trenera/ trenerów.</li> <li>• Wypowiedzi Uczestników – rundka startowa.</li> </ul>	20 min.	0 min.
<b>MODUŁ II: TWORZENIE TREŚCI W MARKETINGU INTERNETOWYM, (4 godz. lekcyjne)</b>	<p><b>1. Tradycyjny a wirtualny marketing</b></p> <p>2. Praktyczne koncepcje e-marketingowe</p> <p>3. Czym jest zarządzanie marketingowe z wykorzystaniem Internetu</p> <p>4. Określenie celów i zdefiniowanie strategii przedsiębiorstwa</p> <p>5. Segmentacja rynku</p> <p>6. Persona i archetypy</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zbadanie poziomu wiedzy uczestników szkolenia – ćwiczenia grupowe – wprowadzające do zagadnień szkolenia</li> <li>• Zadanie w grupach mające na celu wypracowanie różnic marketingu tradycyjnego a WWW.           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dyskusja moderowana.</li> <li>• Określenia celu i strategii działań – praca w grupie</li> </ul> </li> <li>• Wybór grupy celu – praca w grupie</li> <li>• Prezentacja multimedialna trenera.</li> </ul>	10 min.	2,5 godz.
	<p>1. Skuteczne prowadzenie własnej strony internetowej</p> <p>2. Analiza skuteczności stron WWW i mediach społecznościowych</p> <p>3. Formułowanie treści na stronie WWW i mediach społecznościowych</p> <p>4. E-marketing a prawo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezpieczeństwo danych osobowych w Internecie - RODO           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prawa autorskie</li> <li>• Spam</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studia przypadków</li> <li>• Analiza skuteczności stron WWW – praca w grupach na realnych przykładach</li> <li>• Formułowanie treści na stronie WWW i mediach społecznościowych – praca w grupach</li> <li>• Dyskusja moderowana.</li> <li>• Prezentacja multimedialna trenera.</li> </ul>	1,0 godz.	3,0 godz.

<p><b>Moduł III: MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE I ICH WYKORZYSTANIE W MARKETINGU (5 godz. lekcyjne)</b></p>	<p>1. Sztuka budowania wizerunku w mediach społeczeństwowych 2. Platformy komunikacji w mediach społeczeństwowych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• Instagram</li> <li>• YouTube</li> </ul> <p>3. Prowadzenie działań w mediach społeczeństwowych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skuteczne prowadzenie kont firmy w mediach społeczeństwowych</li> </ul> <p>4. Elementy programowania podnoszące skuteczność działań w mediach społeczeństwowych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Co to jest bot</li> <li>• Skuteczność „dedykowanych” botów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zbadanie poziomu wiedzy uczestników szkolenia – ćwiczenia grupowe – wprowadzające do zagadnień mediów społeczeństwowych</li> <li>• Zadanie w grupach mające na celu wypracowanie różnic pomiędzy platformami komunikacji społeczeństwowych – analiza skuteczności kont w grupach na realnych przykładach</li> <li>• Dyskusja moderowana.</li> <li>• Prezentacja multimedialna trenera.</li> </ul> <p>1,5 godz.</p> <p>3,5 godz.</p>
<p><b>Moduł IV: BUDOWANIE I ZARZĄDZANIE MARKI INTERNECIE. (3 godz. lekcyjnych)</b></p>	<p>1. Wykorzystanie Internetu do komunikacji z klientem</p> <p>2. Narzędzia e-promocji</p> <p>3. Sztuka budowania wizerunku</p> <p>4. SEO - pozycjonowanie</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studia przypadków</li> <li>• Zbadanie poziomu wiedzy uczestników szkolenia – ćwiczenia grupowe – wprowadzające do zagadnień SEO</li> <li>• Praca uczestników na własnych przykładach</li> <li>• Dyskusja moderowana.</li> <li>• Prezentacja multimedialna trenera.</li> </ul> <p>1,0 godz.</p> <p>2,0 godz.</p>

**Literatura:**

1. Twoja firma w social mediach. Podręcznik marketingu internetowego dla małych i średnich przedsiębiorstw - Marcin Żukowski
2. Biblia copywritingu - Dariusz Puzyrkiewicz
3. Marketing 4.0 - Philip Kotler, Hermawan Kartajaya i Iwan Setiawan
4. Public Relations. Wizerunek, reputacja, tożsamość - Wojciech Budzyński