

kod szkolenia: DM-DMI / PL BL

Certyfikowany kurs Digital Marketing - autoryzowane szkolenie z egzaminem

DMI to globalny standard certyfikacyjny. To ponad 50 tys. absolwentów w 100 krajach.

Certyfikowany kurs organizowany na licencji Digital Marketing Institute składa się z 11 modułów tematycznych, podczas których uczestnicy przyswajają fundamentalne kompetencje związane z digital marketingiem.

Program spotkań na żywo online zakłada omówienie kluczowych kwestii zagadnień marketingu oraz rozwój umiejętności związanych z obsługą narzędzi takich jak Google Ads czy Google Analytics. Szkolenie porusza również inne obszary marketingu internetowego: obsługę kanałów social media, prowadzenie działań SEO, email marketingu, czy content marketingu. Ukończenie kursu stwarza uczestnikom możliwość ubiegania się o międzynarodowy certyfikat z marketingu na poziomie 5 Europejskich Ram Kwalifikacji Zawodowych (EQF), czyli krótkich studiów podyplomowych.

6 cyklicznych spotkań online w czasie rzeczywistym z akredytowanymi trenerami DMI z ramienia Socjomanii prowadzonymi w języku polskim wzbogaconymi o równoległe materiały na platformie on-line w języku angielskim, gdzie uczestnicy na bieżąco mogą rozwiązywać zadania związane z tematyką realizowanych modułów programowych jak i zapoznawać się dodatkowymi artykułami poszerzających tematykę kursu.

Kurs skierowany jest do osób, które chcą rozwinąć swoje kompetencje digital oraz potwierdzić ten fakt międzynarodowym certyfikatem.

Wyniki ankiety przeprowadzonej wśród absolwentów* pokazały efektywność **szkoleń DMI:**

- **Atrakcyjność na rynku pracy** - 86% pracodawców twierdzi, że chętniej zatrudni kandydatów z certyfikatem DMI**, a 93% absolwentów jest obecnie zatrudnionych,
- **Możliwość awansu** - 73% osób, które przeszło certyfikację otrzymało propozycję awansu,
- **Wyższe wynagrodzenie** - 74% absolwentów szkoleń certyfikowanych Digital Marketing Institute otrzymało podwyżkę,
- **Satysfakcja i pozytywny wpływ na karierę** - 95% absolwentów powiedziało, że kurs wywarł pozytywny wpływ na ich karierę.

*DMI Graduate Survey 2024.

**Chef Marketing Officer Survey, 2024.



Odbiorcy szkolenia

Dla kogo jest to szkolenie?

- Profesjonalistów tradycyjnego marketingu / PR – w celu podniesienia kwalifikacji z zakresu digital marketingu i potwierdzenia ich międzynarodowym certyfikatem.
- Specjalistów digital marketing – aby potwierdzić swoje kompetencje międzynarodowym certyfikatem i przygotować się do awansu na stanowiska menadżerskie.
- Właścicieli firm, niezależnych konsultantów Dla zabieganych osób, którym zależy na krótkim cyklu szkoleniowym, obejmującym zakresem najważniejsze kanały digital.
- Osób zmieniających branżę i rozwijających karierę. W branży digital cały czas brakuje specjalistów. To szansa na zmianę ścieżki kariery w kilka tygodni.



Korzyści

- Uczestnik pozna kluczowe pojęcia i strategie związane z digital marketingiem, w tym różnice między marketingiem tradycyjnym a digitalowym oraz znaczenie inbound i outbound marketingu.
- Uczestnik nauczy się skutecznych metod planowania kampanii digital, w tym definiowania celów SMART oraz przeprowadzania badań grup docelowych i konkurencji.
- Uczestnik będzie potrafił tworzyć i optymalizować treści w ramach strategii content marketingowej, wykorzystując narzędzia takie jak ChatGPT oraz audyty efektywności działań.
- Uczestnik pozna kluczowe platformy social media oraz nauczy się tworzyć angażujące kampanie

reklamowe, co pomoże w efektywnym prowadzeniu działań marketingowych w mediach społecznościowych.

- Uczestnik nauczy się podstaw SEO oraz optymalizacji stron internetowych, co zwiększy widoczność jego marki w wyszukiwarkach internetowych.
- Uczestnik będzie potrafił prowadzić kampanie PPC i display advertising w Google Ads, w tym strategię budżetowania i analizę efektywności kampanii.
- Uczestnik pozna techniki email marketingu oraz wykorzystanie narzędzi CRM do tworzenia skutecznych kampanii, co pomoże w lepszej komunikacji z klientami.
- Uczestnik nauczy się tworzyć i wdrażać strategię digital marketingu, określać kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) oraz monitorować działania marketingowe, co zwiększy jego efektywność jako Digital Marketing Managera.



Program szkolenia

Dzień 1:

1. Digital Marketing w erze AI
 - Czym jest digital marketing, pojęcia z nim związane
 - Inbound i outbound marketing
 - Przegląd kanałów i narzędzi digital
 - AI w digital marketingu
 - Bądź na bieżąco w digital marketingu
 - Narzędzia do analizy opinii odbiorców
 - Badania konkurencji
 - Badania branżowe i klientów z wykorzystaniem AI
 - Tradycyjny lejek klienta i Customer Journey
 - Ewolucja podróży klienta
 - Integracja marketingu offline i digital
2. Content Marketing
 - Czym jest content marketing?
 - Treści sezonowe i evergreen
 - Intencja treści - budowanie autentycznej narracji marki
 - Persony klientów
 - Pomysły na tematy treści
 - Brief kreatywny
 - Tworzenie contentu i kuratela nad treściami
 - Pierwsze kroki z ChatGPT
 - Planowanie publikacji treści
 - Audyt efektywności działań w content marketingu

3. Zakończenie

Dzień 2:

1. 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
- Optymalizacja profili w kanałach społecznościowych na potrzeby biznesu
- Tworzenie i utrzymanie społeczności w mediach społecznościowych
- Angażowanie odbiorców za pomocą mediów społecznościowych
- Pięć kluczowych kroków do stworzenia kampanii w mediach społecznościowych
- Najlepsze praktyki w wykorzystaniu AI w mediach społecznościowych

3. Zakończenie

Dzień 3:

1. SEO (Search Engine Optimization)

- Jak wyszukiwarki oceniają strony?
- Strona wyników wyszukiwania (SERP)
- Jak przeprowadzić badanie słów kluczowych SEO
- Optymalizacja techniczna
- Wskaźniki oceny doświadczenia strony (Page Experience Ranking Signal)
- Google Search Console
- Optymalizacja na stronie i poza stroną (On-Page i Off-Page Optimization)
- Darmowe narzędzia SEO
- Narzędzia AI do SEO
- ChatGPT w SEO

2. Paid Search (PPC) i Display Advertising

- Badanie słów kluczowych w PPC
- Budżety i system kreowania stawek w Google Ads
- Tworzenie kampanii PPC
- Reklama displayowa i wideo
- GDN, AI i Performance Max
- Formaty reklam displayowych i wideo
- Targetowanie w celu generowania popytu
- Remarketing w kampaniach displayowych i wideo
- Metryki i raporty w reklamach płatnych • Optymalizacja kampanii wyszukiwania, displayowych i

wideo

- Wykorzystanie AI w Google Ads
- AI i Performance Max

3. Zakończenie

Dzień 4:

1. Email Marketing

- Email marketing i Omnichannel Marketing – narzędzia i strategię
- Ustawodawstwo i regulacje dotyczące e-mail marketingu
- CRM i automatyzacja w marketingu -wykorzystanie potencjału CRM do budowania spersonalizowanych kampanii e-mailowych
- AI i automatyzacja
- Budowanie workflows w kampaniach e-mail marketingowych i ich korzyści
- Projektowanie kampanii: od tematu, odpowiedniego przygotowania tekstu, po projektowanie grafiki
- Wyzwania związane z dostarczaniem kampanii emailowych
- Testy A/B w celu optymalizacji kampanii e-mail marketingowych
- Optymalizacja wydajności kampanii e-mail marketingowych

2. Budowanie kompetencji Digital Marketing Managera

- Seven-Step Framework w zarządzaniu projektami • Korzystanie z podejścia „Testuj i ucz się ”
- Zastosowanie koncepcji Agile „MVP” (Minimal Viable Product)
- Generowanie nowych pomysłów
- Usuwanie barier w procesie stymulowania kreatywności
- Budowanie umiejętności skutecznego rozwiązywania problemów
- Korzyści wynikające z myślenia strategicznego
- Sposoby na oszczędzanie czasu i "tworzenie czasu"
- Strategie efektywnej komunikacji
- Przekonywanie odbiorców

3. Zakończenie

Dzień 5:

1. Website Optimization i eCommerce

- Budowanie widoczności w internecie
- Optymalizacja stron internetowych biorąc pod uwagę Customer Journey
- Strona główna
- Zasady projektowania: User-Centered Design – UX i UI
- Rozwiązania e-commerce
- Mierzenie efektywności strony internetowej: mierniki i narzędzia
- Testy A/B w optymalizacji stron internetowych
- Kanały social w e-commerce
- Analiza i raportowanie za pomocą narzędzi mediów społecznościowych

2. Analityka z Google Analytics 4 (GA4)

- Podstawy Google Analytics 4 (GA4)
- Analityka, prywatność danych i ich ochrona

- Konfiguracja konta GA4
- Łączenie GA4 z innymi narzędziami
- Typy zdarzeń GA4
- Zaawansowane zdarzenia niestandardowe w GA4
- Kluczowe raporty GA4
- Śledzenie UTMów za pomocą narzędzia URL Builder
- Dane w czasie rzeczywistym w GA4
- Odbiorcy w GA4
- Wykorzystanie AI do podejmowania decyzji opartych na analizie danych
- AI w mapowaniu ścieżki klienta

3. Zakończenie

Dzień 6:

1. Digital Marketing Strategy

- Marketing dzisiaj
- AI w planowaniu strategicznym
- Strategia i zwrot z inwestycji (ROI)
- Krytyczne myślenie o badaniach
- Audyt działań jako podstawa do budowy skutecznej strategii digital
- Strategia i prognozowanie
- Opracowywanie briefu marketingowego • Brief kreatywny
- Modele współpracy z agencją
- Korzystanie z media planu
- Dostarczanie action plan kampanii

2. Powtórka i przygotowanie do egzaminu

- Sesja pytań i odpowiedzi
- Przykładowy test wiedzy na podstawie symulacji egzaminu po kursie
- Odniesienia do materiałów dodatkowych
- Podpowiedzi co do dalszego rozwoju indywidualnego

3. Zakończenie



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Wymagany jest poziom języka angielskiego pozwalający na swobodną komunikację (min B2).



Szkolenie obejmuje

Szkolenie obejmuje:

- 42h zajęć na żywo z trenerem w podziale na 6 spotkań cotygodniowych po 7h każde.
- 90h pracy na platformie e-learningowej, na której każdy kursant otrzymuje dostęp do autoryzowanych materiałów szkoleniowych.
- Dostęp do dodatkowych materiałów szkoleniowych i przykładów z rynku polskiego.
- Dostęp do quizów wiedzy z poszczególnych modułów i symulacji egzaminu końcowego.
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę – 1h konsultacji indywidualnej online z trenerem po szkoleniu.
- Nagrania z zajęć z trenerem. UWAGA! Biorąc udział w szkoleniu, wyrażasz zgodę na nagrywanie.
- Koszt certyfikacji oraz 1 podejście do egzaminu (każde kolejne podejście to koszt 75 EUR).



Język

- Szkolenie: polski.
- Materiały: angielski.
- Egzamin: angielski.

Czas trwania

6 dni / 42 godzin

Metoda egzaminacyjna

Egzamin

- Czas trwania egzaminu 120 minut, bez możliwości przerw w trakcie.
- Formuła online na platformie studenta DMI (MyDMI account) w formie testu wielokrotnego wyboru ze wskazaniem, ile odpowiedzi poprawnych jest do zaznaczenia w danym pytaniu.
- Minimalny próg zaliczenia to wynik powyżej 60%.
- Brak możliwości korzystania z podręczników i materiałów szkoleniowych, słownika, tłumacza, czy kalkulatora w trakcie trwania egzaminu.