**PROGRAM SZKOLENIA   
„NOWOCZESNE FORMY PROMOCJI W INTERNECIE” – 16 godz.**

1. **Wprowadzenie do marketingu internetowego:**

* krótkie podsumowanie trendów marketingu internetowego
* znaczenie i sposoby zapewnienia spójności komunikacji marketingowej
* prawne aspekty działań e-marketingowych

1. **Badania marketingowe w Internecie:**

* narzędzia badawcze, metody, techniki
* case studies

1. **Wykorzystanie mikrotrendów w planowaniu marketingowym**:

* czym są mikrotrendy
* wykorzystanie mikrotrendów w planowaniu marketingowych i kampaniach internetowych

1. **Reklama w Internecie:**

* rodzaje i formy reklam w sieci (banery reklamowe, pop-upy itd.)
* jak tworzyć skuteczną reklamę internetową
* rola emocji i humoru w reklamie
* język reklamy
* slogan reklamowy
* psychologia części wizualnej komunikatu reklamowego
* specyfika Internetu w przekazywaniu treści reklamowych
* jak zmierzyć efektywność i skuteczność reklamy w Internecie badania efektywności poszczególnych działań reklamowych
* planowanie internetowej kampanii reklamowej

1. **E-mail marketing:**

* kiedy jest skuteczny
* jak tworzyć właściwą treść marketingową do e-mail marketingu
* jak stworzyć e-mail graficzny prawidłowo wyglądający we wszystkich programach pocztowych
* prawne aspekty e-mail marketingu
* jak mierzyć i analizować skuteczność akcji e-mail marketingowych

1. **Social Media marketing:**

* omówienie podstawowych serwisów społecznościowych działających na rynku
* wybór odpowiedniej platformy dla akcji marketingowej
* skuteczny Fan Page na Facebook
* aplikacje na FB jako narzędzia komunikacji marketingowej (analiza przypadków)
* interakcja ze społecznością i zarządzania relacjami marki z użytkownikami
* mikroblogi
* haul itd.

1. **Reklama odsłonowa:**

* czym są, czym się charakteryzują
* zalety wizerunkowe reklam odsłonowych
* typ reklam odsłonowych
* efektywność reklam odsłonowych
* cenniki – przykłady

1. **Artykuł sponsorowany i jego znaczenie dla wizerunku firmy:**

* właściwości artykułu sponsorowanego
* artykuł na portalu ogólnopolskim czy specjalistycznym?
* koszta i warunki umowy przy okazji artykułu sponsorowanego

1. **Pozycjonowanie czy kampanie SEM?**

* czym jest pozycjonowanie i jakie ma zalety
* różnice pomiędzy kampaniami SEM a działaniami SEO
* dobór najodpowiedniejszej formy promocji dla stron firmowych

1. **Planowanie mediów w Internecie i techniki SEM (Search Engine Markeitng):**

* omówienie podstawowych sieci reklamy w Internecie
* współpraca z domami mediowymi
* skuteczność reklam banerowych i reklam w systemach kontekstowych
* planowanie kampanii AdWords
* system Tradedoubler
* adTaily
* badanie skuteczności kampanii marketingowej

1. **Pozostałe formy marketingu w Internecie:**

* marketing na blogach, videoblogach
* bluetooth marketing
* platformy zakupów grupowych
* konkursy online (jak je planować, kiedy przynoszą pozytywne efekty)
* marketing partyzancki (w jego ramach marketing wirusowy itd.)