



SZKOŁA MARKETINGU INTERAKTYWNEGO

” *Marketing Interaktywny jest unikatową kompilacją praktycznej i teoretycznej wiedzy o współczesnych strategiach marketingu digitalowego oraz o najnowszych narzędziach pozwalających kreować i zarządzać relacjami w sieci między marką, produktem a jego użytkownikiem. Marketing Interaktywny to serce współczesnej komunikacji z rynkiem.* ”

Kompetencje

Innowacyjność
Skuteczność
Kreatywność



Lokalizacja

Stowarzyszenie
Komunikacji
Marketingowej
SAR
Czerska 8/10,
00-732 Warszawa



O SZKOLE



Szkoła Marketingu Interaktywnego przekazuje kompleksową wiedzę o palecie możliwości komunikacji z rynkiem, jakie daje internet i narzędzia mobilne. Nie tylko pokazujemy „jak”, ale przede wszystkim „po co”, czyli pokazujemy strategiczne podejście do kanałów digitalowych.

Pomaga usystematyzować wiedzę o poszczególnych obszarach marketingu interaktywnego.

Szkoła daje narzędzia efektywnego planowania i realizacji komunikacji on-line, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzaniem efektywnością narzędzi interaktywnych i całej strategii opartej na ich wykorzystaniu.

PROGRAM



Program szkoły jest modyfikowany po każdej edycji, utrzymując jednak zawsze koncentrację na aktualności, efektywności i kompleksowości przekazywanej wiedzy.

Każdy moduł jest mocno osadzony w realiach rynkowych, dlatego każde zajęcia SMI bazują na studiach przypadków i wymianie aktualnej wiedzy między prowadzącymi zajęcia wybitnymi praktykami, a uczestnikami zajęć, których wiedza i doświadczenie zawodowe współtworzą każdą sesję.

WPROWADZENIE DO DIGITALU	<p>Omówieniem najważniejszych pojęć marketingu interaktywnego, ekosystemu funkcjonowania marki online.</p> <p>Podczas zajęć wykorzystujemy narzędzia analityczne obrazujące ekosystem marek.</p>
MEDIA	<p>Wprowadzenie do SEM i social media.</p> <p>Zobrazowanie poprawnego planowania kampanii w mediach.</p> <p>Profilowanie i targetowanie behawioralne.</p> <p>Moduł wzbogacony o ćwiczenia definiowania planu mediów do kampanii SEM i social media.</p>
BADANIA	<p>Mierzenie efektywności wszystkich działań komunikacyjnych w sieci łącznie z działaniami typu engagement.</p> <p>Omówienie technik i metod pomiaru i oceny poszczególnych wskaźników efektywności działań.</p>
ANALIZA ZACHOWAŃ UŻYTKOWNIKA W SIECI	<p>Web Analytics, Google Analytics - ćwiczenia praktyczne.</p>
MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE	<p>Social media i implikacje dla biznesu - obraz użytkownika w mediach społecznościowych.</p> <p>Strategiczne zarządzanie komunikacją w mediach społecznościowych.</p> <p>Trendy w social media (semi-live video, short-video content, live streaming, boty, influencer marketing, user generated content, engagement, owned, earned media) i ich wykorzystanie w komunikacji marek.</p> <p>Analiza sposobów i narzędzi do badania efektywności działań w mediach społecznościowych.</p> <p>Social shopping w praktyce (Facebook, Instagram, Pinterest).</p>
WIDEO W SIECI	<p>Najszybciej rosnący segment internetu. Rośnie zasób treści wideo, rośnie widownia, rosną wydatki reklamowe. Segment bardzo zróżnicowany, a liczba formatów oferowanych użytkownikom cały czas wzrasta.</p>

UX (USER EXPERIENCE)	<p>Proces projektowania User Experience, w tym najważniejsze pojęcia, trendy i mity.</p> <p>Design Research badania w procesie projektowym, co mogą wnieść na potrzeby projektowania.</p>
SERVICE DESIGN THINKING	<p>Moduł poświęcony pracy nad realizacją przykładowego zadania biznesowego wg. metodyki SDT.</p> <p>Przedstawienie różnych rozwiązań wzmacniających przeniesienie wiedzy o potrzebach użytkownika na konstrukcję usługi.</p>
PROGRAMMATIC, BIG DATA	<p>Czym jest programmatic, jak wykorzystywać go we własnych działaniach i jak dzięki niemu zdobywać przewagę konkurencyjną.</p> <p>Jakie są dostępne technologie w programatycznym zakupie reklamy digital.</p> <p>Budowanie dedykowanych profili oraz planowanie, realizacja, optymalizacja i ewaluacja kampanii kupowanych w modelu programmatic.</p>
INFLUENCE MARKETING <i>NOWOŚĆ w SMI</i>	<p>Nowy trend w internetowej komunikacji marketingowej.</p> <p>Wykorzystanie pomocy liderów opinii publicznej w promocji produktów i marek.</p>
GAMING <i>NOWOŚĆ w SMI</i>	<p>Czym jest gaming, a czym jest e-sport. Kim są gracze, gdzie ich odnajdziemy i jak konsumują media.</p> <p>Jak gaming i esport można wykorzystywać w realizowaniu celów marketingowych i w jaki sposób budować strategie dotarcia do graczy.</p> <p>Na co należy zwracać uwagę przy prowadzeniu działań marketingu e-sportowego i gamingowego i na co zwrócić uwagę przy prowadzeniu działań marketingu esportowego.</p> <p>Moduł wzbogacony o przykłady najlepszych działań gamingowych na rynku polskim i globalnym oraz zajęcia praktyczne z projektowania kampanii sponsoringowej i contentowej, w oparciu o e-sport.</p>
PRAWO W ŚWIETLE DIGITALU <i>NOWOŚĆ w SMI</i>	<p>Omówienie ram prawnych marketingu w social media oraz wskazanie ryzyka, które warto wziąć pod uwagę planując akcje promocyjne.</p> <p>Jakimi zasadami kierować się na co dzień, by prowadzić profil social media w sposób możliwie najbardziej poprawny z punktu widzenia obowiązującego prawa.</p>

DO KOGO SKIEROWANA JEST SMI?



Szkoła skierowana jest do pracowników szeroko rozumianej branży komunikacji marketingowej, z minimum 3-letnim doświadczeniem zawodowym, którzy chcą rozwijać swoje kompetencje lub poszukują nowych wyzwań.

- **account'ów**
- **media plannerów**
- **media managerów**
- **event managerów**
- **brand managerów**
- **product managerów**
- **specjalistów ds. marketingu i komunikacji firm chcących dotrzeć do klientów on-line**

NAJWAŻNIEJSZE CELE



Głównym celem szkoły jest odpowiedź na stale rosnącą rolę marketingu interaktywnego w życiu i komunikowaniu marek, a co za tym idzie - potrzebę stałego rozwijania się i poszerzania kompetencji kadr zajmujących się komunikacją marketingową.

Ideą przewodnią zajęć jest nauczenie kursantów dostrzegania i wykorzystywania szans, jakie pojawiają się dzięki nowym technologiom.

Wykładowcy Szkoły Marketingu Interaktywnego – edycja 8



Adrian Gorczyca
Head of Digital Marketing Team
Play



Roman Łoziński
Founder
Think ECO



Marcin Wójtowicz
Partner
Think ECO



Paulina Rzymaska
Managing Partner
UX Designer
La Wonderlab



Magda Dobrowolska-Sagan
Owner
Anloko



Bartosz Załęcki



Anna Robotycka
CEO
FaceAddicted



Łukasz Turkowski
Media Director & Partner
Gameset

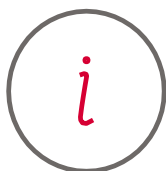


Rafał Szafranec
Group Account Director
OMD Macroscope



Kamila Krajewska
Senior Social Media Planner
Digital Solution (Grupa OMD)

ORGANIZACJA ZAJĘĆ



Lokalizacja

Stowarzyszenie
Komunikacji
Marketingowej
SAR
Czerska 8/10
00-732 Warszawa



Koszt udziału:

5900,00 zł dla członków SAR
6500,00 zł dla firm niezrzeszonych

Masz możliwość uzyskania nieoprocentowanej pożyczki na udział w SMI

Chcesz uzyskać nieoprocentowaną
pożyczkę na szkolenie z możliwością
umorzenia 25% długu?

Pomożemy Ci skorzystać z narzędzia
Ministerstwa Rozwoju, finansowanego
w ramach POWER, z którego możesz
sfinansować naukę na kursie.

Pożyczka jest nieoprocentowana, bez
żadnych dodatkowych kosztów, spłaty
rozłożone na okres minimum 12,
maksimum 36 miesięcy i można się
starać o umorzenie nawet 25%
wartości!

Wnioski składa się online, cała
procedura jest prosta i opisana
dokładnie na:

<http://inwestujwrozwoj.pl/>

Zapisy

szkoly@sar.org.pl



Zapewniamy

Materiały dydaktyczne, pomoce
naukowe, kawa, herbata, ciastka,
obiad



TERMINY I TEMATY ZAJĘĆ:

DATA	GODZINA	TEMAT	WYKŁADOWCA
11.05.2018	9:00-13:00	Wprowadzenie do digitalu	Bartosz Załęcki
11.05.2018	14:00-18:00	Media	Adrian Gorczyca Marcin Winkler
12.05.2018	9:00-17:00	Badania w sieci	Łukasz Kołdys
25.05.2018	9:00-17:00	UX (user experience)	Paulina Rzymska
26.05.2018	9:00-17:00	Projektowanie usług (service design thinking)	Magda Dobrowolska -Sagan
08.06.2018	9:00-13:00	Media c.d.	Adrian Gorczyca
08.06.2018	14:00-18:00	Analiza zachowań użytkownika w sieci	Adrian Gorczyca
09.06.2018	9:00-17:00	Media społecznościowe	Anna Robotycka
22.06.2018	9:00-17:00	Wideo w sieci	Marcin Wójtowicz
23.06.2018	9:00-17:00	Programmatic, big data	Łukasz Kołdys
14.09.2018	9:00-17:00	Influence marketing	Rafał Szafraniec Kamila Krajewska
15.09.2018	9:00-17:00	Strategia w marketingu interaktywnym	Roman Łoziński
28.09.2018	9:00-13:00	Gaming jako jeden z filarów popkultury	Łukasz Turkowski
28.09.2018	14:00-18:00	Gaming i esport jako narzędzie marketingowe	Łukasz Turkowski
29.09.2018	9:00-13:00	Warsztat projektowania kampanii	Łukasz Turkowski
29.09.2018	14:00-18:00	Wizyta w gaming house - profesjonalnej organizacji e-sportowej	Łukasz Turkowski
05.10.2018	9:00-17:00	Prawo w świecie digitalu	LSW
06.10.2018	9:00-18:00	Zajęcia zaliczające	Wykładowcy SMI