

# SZKOŁA MARKETINGU INTERAKTYWNEGO

” Szkoła Marketingu Interaktywnego ma na celu przedstawienie najważniejszych narzędzi i pojęć marketingu interaktywnego. ”

## Kompetencje

Innowacyjność ● ● ● ● ●  
Skuteczność ● ● ● ● ●  
Kreatywność ● ● ● ● ●

## Terminarz

Start: 12 Maja  
Koniec: 24 Czerwca  2017

## Lokalizacja

Stowarzyszenie  
Komunikacji  
Marketingowej  
SAR  
Czerska 8/10,  
0-732 Warszawa



**sar** ● ● ● SZKOŁA  
MARKI

## O SZKOLE



Szkoła Marketingu Interaktywnego przekazuje wiedzę menedżerom, odpowiedzialnym za marketingu, o palecie możliwości, jakie daje im w ich pracy internet. Pomaga usystematyzować wiedzę o poszczególnych specjalizacjach marketingu interaktywnego. Daje orientację w tym rynku i uczy najefektywniejszych sposobów briefowania i feedbackowania.

Szkoła charakteryzuje się oryginalnym podejściem do zagadnienia- inspiruje i pobudza kreatywność zamiast omawiać poszczególne narzędzia.

## PROGRAM



Program szkoły jest modyfikowany po każdej zakończonej edycji. W tak dynamicznie zmieniającym się świecie technologii konieczne jest, aby każdy moduł był mocno osadzony w warunkach rynkowych, także w kontekście aktualności.

Staramy się ponadto monitorować zmianę wiedzy uczestników w trakcie kursu, dzięki specjalnym zajęciom warsztatowo-podsumowującym.

### PROGRAM OBEJMUJE NASTĘPUJĄCE MODUŁY:

<b>WARSZTATY WPROWADZAJĄCE</b>	Zajęcia otwierające SMI, których celem jest przeprowadzenie grupy uczestników przez najważniejsze zagadnienia z dziedziny interactive. Dzięki temu mamy pewność, że poziom wiedzy w grupie jest równy w zakresie znajomości narzędzi digitalowych.
<b>MEDIA</b>	Mierzenie, planowanie i optymalizacja działań marketingu on-line wraz z omówieniem m.in. Modeli atrybucji, działań SEO i SEM.
<b>MOBILE</b>	Omówienie specyfiki urządzeń mobilnych- zarówno w kontekście konsumenta i jego odbierania komunikatów poprzez mobile i w kontekście technologicznym. Zadajemy pytanie o to co jest już możliwe w kontekście mobile, a co jeszcze nie.
<b>UX</b>	User Experience czyli sądownie działań konsumentów w sieci i tworzenie serwisów i aplikacji pod kątem użyteczności i funkcjonalności konsumentów.
<b>SERVICE DESIGN THINKING</b>	Sesja warsztatowa prowadzona przez doświadczonego trenera. Grupa pracuje nad realizacją przykładowego zadania biznesowego wg metodyki SDT. Duet prowadzących-certyfikowany trener oraz doświadczony marketer wspierają grupę w realizacji celu.
<b>SPOŁECZNOŚĆ W SIECI</b>	Teoretyczne i praktyczne omówienie branded content. Omówienie narzędzi społecznościowych oraz możliwości ich wykorzystania.

<b>WIDEO W SIECI</b>	Spotkanie dotyczące najszybciej rosnącego segmentu internetu. Rośnie zasób treści wideo, rośnie widownia, rosną wydatki reklamowe. Jest to jednak segment bardzo zróżnicowany, a liczba formatów oferowanych użytkownikom cały czas wzrasta.
<b>BADANIA W SIECI</b>	Mierzenie efektywności wszystkich działań komunikacyjnych w sieci włącznie z działaniami typu engagement
<b>WARSZTATY I PRACE ZALICZENIOWE</b>	Warsztaty służące przepracowaniu zagadnień poznawanych podczas

## DO KOGO SKIEROWANA JEST SZKOŁA:



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.

## NASZA OFERTA PRZEZNACZONA JEST DLA:

- ACCOUNT MANAGERÓW
- MEDIA PLANNERÓW
- MEDIA MANAGERÓW
- EVENT MANAGERÓW
- BRAND MANAGERÓW
- PRODUCT MANAGERÓW



## 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 szans, możliwości jakie pojawiają się w biznesie dzięki nowym technologiom.

## WYKŁADOWCY:



**Marcin Winkler**  
Head of Digital Marketing  
Play



**Roman Łoziński**  
Marketing&Cosumer  
Strategy Director  
Deloitte Poland



**Marcin Wójtowicz**  
Dyrektor Marketingu  
Getin Noble Bank



**Paulina Rzymska**  
Managing Partner  
UX Designer  
La Wonderlab



**Magdalena Dobrowolska**  
-Sagan  
Owner Anloko



**Bartek Załęcki**  
Marketing and Brand  
Strategy Director  
Agora



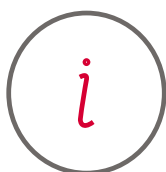
**Adam Kręgielewski**  
Social Media Manager  
180heartbeats+JUNG  
v.MATT



**Borys Wróbel**  
Head of Business & Idea  
Red Mobile



**Natalia Załęcka** Digital  
Department Director  
Getin Noble Bank



## ORGANIZACJA ZAJĘĆ:

### Terminarz

Start: 12 Maja  
Koniec: 24 Czerwca



### Zapisy

[aneta.jodko@sar.org.pl](mailto:aneta.jodko@sar.org.pl)



### Lokalizacja

Stowarzyszenie  
Komunikacji  
Marketingowej  
SAR  
Czerska 8/10,  
0-732 Warszawa



### Zapewniamy

Materiały dydaktyczne  
Pomoce naukowe  
Kawa, herbata, ciastka  
Obiad



## TERMINY I TEMATY ZAJĘĆ:

DZIEŃ	DATA	BLOK	TEMAT	CZAS	WYKŁADOWCA
1	12.05.2017	Warsztat strategii interaktywnej+brief	Zajęcia otwierające SMI, których celem jest przeprowadzenie grupy uczestników przez najważniejsze zagadnienia z dziedziny interactive. Dzięki temu mamy pewność, że poziom wiedzy w grupie jest równy w zakresie znajomości narzędzi digitalowych.	4h	Bartosz Załęcki
1	12.05.2017	Media i komunikacja digitalowa cz. 1	Mierzenie, planowanie i optymalizacja działań marketingu on-line wraz z omówieniem m.in. Modeli atrybucji, działań SEO i SEM.	4h	Marcin Winkler i Adrian Gorczyca
2	13.05.2017	Media i komunikacja digitalowa cz. 2	Mierzenie, planowanie i optymalizacja działań marketingu on-line wraz z omówieniem m.in. Modeli atrybucji, działań SEO i SEM.	8h	Marcin Winkler i Adrian Gorczyca
3	19.05.2017	Mobile	Omówienie specyfiki urządzeń mobilnych - zarówno w kontekście konsumenta i jego odbierania komunikatów poprzez mobile i w kontekście technologicznym. Zadajemy pytanie o to co jest już możliwe w kontekście mobile, a co jeszcze nie.	7h	Borys Wróbel
3	19.05.2017	UX	User Experience czyli sądownie działań konsumentów w sieci i tworzenie serwisów i aplikacji pod kątem użyteczności i funkcjonalności konsumentów.	4h	Paulina Rzymska
4	20.05.2017	Projektowanie usług	Sesja warsztatowa prowadzona przez doświadczonego trenera. Grupa pracuje nad realizacją przykładowego zadania biznesowego wg metodyki SDT. Duet prowadzących-certyfikowany trener oraz doświadczony marketer wspierają grupę w realizacji celu.	7h	Natalia Załęcka i Magdalena Dobrowolska-Sagan
5	02.06.2017	Wideo	Spotkanie dotyczące najszybciej rosnącego segmentu internetu. Rośnie zasób treści wideo, rośnie widownia, rosną wydatki reklamowe. Jest to jednak segment bardzo zróżnicowany, a liczba formatów oferowanych użytkownikom cały czas wzrasta.	4h	Marcin Wójtowicz
5	02.06.2017	Social	Teoretyczne i praktyczne omówienie branded content. Omówienie narzędzi społecznościowych oraz możliwości ich wykorzystania.	4h	Adam Kręgielewski
6	03.06.2017	Warsztat strategii interaktywnej	Warsztaty służące przepracowaniu zagadnień poznawanych podczas wcześniejszych spotkań SMI.	7h	Roman Łoziński
7	23.06.2017	Badania w sieci	Mierzenie efektywności wszystkich działań komunikacyjnych w sieci włącznie z działaniami typu engagement.	9h	Łukasz Kołdys
8	24.06.2017	Warsztat zaliczeniowy	Warsztaty służące przepracowaniu zagadnień poznawanych podczas wcześniejszych spotkań SMI.	7h	Bartek Załęcki