

# Szkoła Marketingu Interaktywnego

VI edycja



# O szkole:

**Szkoła Marketingu Interaktywnego** ma na celu przedstawienie najważniejszych narzędzi i pojęć marketingu interaktywnego. Nieustannie aktualizujemy program Szkoły tak, aby odpowiadał on bieżącym trendom rynkowym.

**SMI** przekazuje wiedzę menedżerom, odpowiedzialnym za marketing, o paście 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.



# 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.



# W programie:

Zajęcia	Opis
Warsztaty prowadzące	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.
Media	Mierzenie, planowanie i optymalizacja działań marketingu on-line wraz z omówieniem m.in. Modeli atrybucji, działań SEO i SEM.
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.
UX	User Experience czyli sądownie działań konsumentów w sieci i tworzenie serwisów i aplikacji pod kątem użyteczności i funkcjonalności konsumentów.
Service Design Thinking	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.

# W programie:

Zajęcia	Opis
Spółeczność w sieci	Teoretyczne i praktyczne omówienie branded content. Omówienie narzędzi społecznościowych oraz możliwości ich wykorzystania.
Wideo w sieci	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.
Architektura marki	Architektura marki interaktywnej to omówienie marki nie tylko w kontekście digitalowym, ale w ogólnym kontekście interakcji z konsumentem. Przedstawiamy obraz marki i jej działań angażujących konsumenta na przestrzeni czasu.
Badania w sieci	Mierzenie efektywności wszystkich działań komunikacyjnych w sieci włącznie z działaniami typu engagement.
Warsztaty i prace zaliczeniowe	Warsztaty służące przepracowaniu zagadnień poznawanych podczas wcześniejszych spotkań SMI.

# Wśród wykładowców:



**Marcin Winkler**  
Head of Digital  
Marketing, Play



**Roman Łoziński**  
Marketing &  
Consumer  
Strategy Director,  
Deloitte Poland



**Marcin Wójtowicz**  
Dyrektor  
Marketingu, Getin  
Noble Bank



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



**Magdalena  
Dobrowolska-Sagan**  
Owner, Anloko



**Bartosz Załęcki**  
Marketing and  
Brand Strategy  
Director, Agora

# Wśród wykładowców:



**Adrian Gorczyca**  
Senior Internet  
Marketing  
Manager, Play



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



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



**Krzysztof Najder**  
Senior Advisor,  
Deloitte



**Jan Kisielewski**  
Marketing Strategy  
Director, Deloitte

# Harmonogram:

Data	Godzina	Zajęcia
28.10.2016 r.	10:00-13:00	Warsztat Strategii interaktywnej i brief
28.10.2016 r.	14:00-18:00	Internet a sprzedaż
29.10.2016 r.	9:00-16:00	Warsztaty: Media i komunikacja w Internecie
18.11.2016 r.	9:00-13:00	Mobile
18.11.2016 r.	14:00-18:00	UX
19.11.2016 r.	9:00-16:00	Warsztaty: Service Design
02.12.2016 r.	9:00-13:00	Wideo
02.12.2016 r.	14:00-18:00	Social
03.12.2016 r.	9:00-16:00	Warsztat Strategii Interaktywnej
09.12.2016 r.	9:00-12:00	Architektura marek interaktywnych
09.12.2016 r.	14:00-18:00	Badania w sieci
10.12.2016 r.	9:00-12:00	Komunikacja wizerunkowa
10.12.2016 r.	13:00-16:00	Zakończenie (obrona prac i rozdanie dyplomów)



# Do tej pory zaufali nam:



COTY

JUST AGORA SA



FCB WARSAW



MEDIA GROUP

isobar

Poldent

OPTIMA

mediaon  
our expertise, your success



Walk



Żagwi

PKP ENERGETYKA

Bank Zachodni WBK  
Grupa Santander



gpd

SAN \* MARKOS

SCHULZ  
brandfriendly

INSPIRE  
GROUP



ZenithOptimedia  
The ROI Agency



WE MEDIA



SAATCHI & SAATCHI



Discovery  
CHANNEL



IQ Marketing

\* martis  
| Communication & Strategy

maxus