

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest **usługa szkoleniowa z zakresu systemu informatycznego Digital Marketing PRO** w ramach zamówienia o nr postępowania: ZP_9_2023_WMT-IOSP prowadzonego przez Wydział Mechaniczny Technologiczny Politechniki Warszawskiej.

Zakup ma na celu podniesienie kompetencji w obszarze Google Ads, marketingu w mediach społecznościowych, SEO, reklamy w Internecie i mediach społecznościowych. Oczekujemy przekazania najnowszego know-how i doświadczenia.

Cele kształcenia:

- Nauczenie jak stworzyć cyfrowe kampanie marketingowe
- Zapoznanie z najnowszymi trendami i narzędziami w Digital Marketingu

Opis szkolenia:

- Wprowadzenie do Digital Marketingu
 - Zasady marketingu cyfrowego
 - Badania cyfrowe O
 - pracowanie celów
 - Badania kulturowe
 - Łączenie z Klientem
- Marketing w mediach społecznościowych
 - Kluczowe platformy społecznościowe dla marketingu cyfrowego
 - Pozyskiwanie i angażowanie odbiorców
 - Opracowywanie opartych na danych informacji o odbiorcach i kampaniach
 - Konfiguracja mediów społecznościowych dla firmy
 - Tworzenie i optymalizacja kampanii w mediach społecznościowych
- Płatne wyszukiwanie (PPC) za pomocą Google Ads
 - Podstawy płatnego wyszukiwania
 - Zarządzanie kampaniami w sieci wyszukiwania
 - Pomiar płatnych kampanii wyszukiwania
 - Tworzenie kampanii w płatnych wynikach wyszukiwania za pomocą Google Ads
- E-mail marketing
 - Podstawy e-mail marketingu
 - Projekt e-maila
 - Testowanie i optymalizacja kampanii e-mailowej
 - Narzędzia i strategia
 - Tworzenie skutecznej kampanii e-mailowej
 - Automatyzacja marketingu
- Google Analytics
 - Podstawy analityki internetowej
 - Tworzenie i konfiguracja konta Google Analytics
 - Monitorowanie kampanii za pomocą raportów Google Analytics
 - Wyznaczanie celów za pomocą Google Analytics
 - Analizowanie i rejestrowanie danych Google Analytics
 - Korzystanie z Google Analytics 4

- Marketing treści
 - Koncepcje i strategia marketingu treści
 - Opracowanie planu content marketingu
 - Publikowanie i dystrybucja treści
 - Korzystanie z badań treści w celu znalezienia możliwości
 - Tworzenie treści
 - Metryki i wydajność
 - Ustalanie intencji treści
- Search Engine Optimisation (SEO)
 - Podstawy SEO
 - Słowa kluczowe i plan treści SEO
 - Pomiar wydajności SEO
 - Dopasowanie celów SEO i biznesowych
 - Zoptymalizuj ranking wyszukiwania organicznego
- Reklama displayowa i wideo
 - Podstawy reklamy displayowej i wideo
 - Sieć reklamowa Google i formaty reklam wideo
 - Tworzenie i zarządzanie kanałem YouTube
 - Tworzenie kampanii displayowych i wideo
 - Kierowanie kampanii displayowych i wideo
 - Pomiar i optymalizacja
 - Raportowanie kampanii w sieci reklamowej
- Optymalizacja stron internetowych
 - Projektowanie stron internetowych i optymalizacja stron internetowych
 - Zasady projektowania i kopia strony internetowej
 - Publikowanie podstawowej strony internetowej
 - Projektowanie zorientowane na użytkownika i optymalizacja strony internetowej
 - Metryki witryny i opracowywanie wglądu
- Strategia Digital Marketingu
 - Podstawy strategii cyfrowej
 - Wyznaczanie celów strategii i KPI
 - Badania strategii cyfrowej
 - Opracowanie strategii kreatywnej
 - Realizacja cyfrowej strategii marketingowej
 - Komunikowanie strategii marketingu cyfrowego
 - Prognozowanie wydajności

Wykonawcy powinni posiadać pełne prawa autorskie do prowadzenia szkoleń i przekazywanych treści w zakresie systemu Digital Marketing PRO.