

Blok szkoleniowy z zakresu  
zarządzania kanałami cyfrowymi



# Mastering Digital Channel

**questus**

Akredytowane Centrum Szkoleniowe i Egzaminacyjne  
The Chartered Institute of Marketing 

# Cele bloku

Blok **Mastering Digital Channels** koncentruje się na szansach i wyzwaniach związanych z efektywnym konkutowaniem i budowaniem zaangażowania klientów. Moduł ten uczy strategicznego podejścia do zarządzania cyfrowymi kanałami w taki sposób, aby zapewnić organizacji wzrost przy jednoczesnej optymalizacji zasobów.

Blok jest **unikalny**, ze względu na:

- praktyczny wymiar zajęć,
- strukturę opartą na założeniach certyfikowanego programu Diploma in Professional Marketing,
- możliwość uzyskania potwierdzenia nabytych kwalifikacji przez brytyjską organizację – The Chartered Institute of Marketing,
- pakiet korzyści dodatkowych wspierających proces uczenia się.

# Tematyka bloku

---

Tematyka bloku obejmuje:

- Selekcja i dobór kanałów cyfrowych, strategia multichannel vs. omnichannel, zarządzanie kanałami cyfrowymi (25%)
- Content management (15%)
- Online community management (15%)
- Pomiar, analityka i podnoszenie efektywności kanałów cyfrowych; optymalizacja konwersji i wzrost (30%)
- Zarządzanie kluczowymi kanałami w środowisku cyfrowym w celu realizacji strategicznego planu marketingowego (15%)

# Układ bloku

---

Blok składa się z cyklu dwóch piątkowo-sobotnich spotkań prowadzonych w języku polskim.

## Godziny spotkań:

- Piątek: 17.00 – 21.00
- Sobota: 9.00 – 17.00 (w tym przerwa na lunch)

# Prowadzący

Ekonomista, wiodący autorytet w zakresie marketingu strategicznego, rozwoju innowacji i zarządzania sprzedażą. Doktorant Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Gdańskiego. Od 1990 roku wspiera przedsiębiorstwa w zakresie rozwoju ich konkurencyjności rynkowej. Autor bestsellerów: „Sztuka Rynkologii”, „Sztuka Marketingu”, „Druga Sztuka Marketingu”, „Trzecia Sztuka Marketingu”. Keynote wielu konferencji branżowych, trener biznesu, doradca i mentor innowacyjnych firm oraz startupów. Felietonista „Forbes Polska”. Członek jury: Superbrands Polska, EFFIE Awards, PRCH Retail Awards, POPAI Poland Awards. Laureat konkursu Blog Roku 2012 Onet.pl, w kategorii „Blogi profesjonalne i firmowe”. Bloger „Harvard Business Review Polska”. Konsultant zarządów wielu przedsiębiorstw. General Manager POPAI Poland The Global Association for Marketing at-Retail (2007–2017). Jest międzynarodowym ekspertem shopper marketingu. Jego e-book „Sztuka marketingu” został bestsellerem iTunes w kategorii „Biznes”. Studiował ekonomię i zarządzanie w Niemczech, Austrii i Polsce.

Wykładowca na studiach MBA, Chartered Institute of Marketing (CIM) i studiach podyplomowych: Akademia Leona Koźmińskiego, Wyższa Szkoła Bankowa (Chorzów, Toruń, Bydgoszcz), Uniwersytet Gdański, Wyższa Szkoła Europejska.

Pracował dla takich marek jak: Lotos, Energa, Polpharma, Coca-Cola, Orange, Balex Metal, EWE, Enea, Masterlease, Nikon, Deloitte, Agros Nova, Dr. Oetker, Onet.pl, Volkswagen Polska, Sanofi Pasteur, Eurocash, Kompania Piwowarska, Kamis, Darboven, sieci banków spółdzielczych i wielu innych.

Autor profesjonalnych publikacji w „Marketingu w Praktyce”, „Marketer Plus” oraz artykułów naukowych. Komentator branżowych wydarzeń dla Wirtualnych Mediów. Pomysłodawca fanpage'a Bareizmy Wiecznie Żywe. Autor „Bloga o sztuce marketingu” kotarbinski.com.



Jacek Kotarbiński

# Prowadzący

Lider biznesu i ekspert w dziedzinie komunikacji marketingowej, planowania mediów, nowych techno-logii, nowej ekonomii, zaawansowanych badań konsumentów. Ma ponad 23 lata doświadczenia pracy w biznesie, w tym przez ponad 12 lat kierował domami mediowymi (Universal McCann, PHD Poland). W czasie swojej pracy kreował i nadzorował przygotowanie strategii komunikacji wprowadzania i rozwoju wielu marek z różnych kategorii produktowych, m.in. dla marek firm takich jak Nestlé, General Motors, Polkomtel, Gillette, Coca-Cola, Onet.pl, Goodyear Group Poland, GlaxoSmithKline, Boots Healthcare, Polpharma, Boehringer Ingelheim, PLL LOT, allegro.pl, PKO Bank Polski, Bakoma, Jutrzenka Colian, Showmax, Perfetti van Melle, Deutsche Bank.

Aktywnie wdrażał zaawansowane badania konsumenta, m.in. badania neuromarketingowe, pomiary atrybutów marki wykorzystujące metodę czasów reakcji, eyetracking i zaawansowane modelowanie ekonometryczne. Dla klientów przeprowadzał również prezentacje analiz z dziedziny nowych trendów technologicznych i ich zastosowania



Tadeusz Żórawski

# Proces certyfikacji

Blok Driving Digital Experience jest oparty na założeniach programu **Diploma in Professional Marketing (DM)** – zaawansowanego poziomu certyfikacji **CIM**.

Udział w bloku uprawnia uczestnika do podejścia do egzaminu, po zdaniu którego może otrzymać certyfikat **Award in Driving Digital Experience**, wydany przez CIM.

Egzamin ma formę projektową.

Egzamin pisany jest w języku angielskim i oceniany przez egzaminatorów z CIM. Dzięki temu uzyskany certyfikat stanowi prestiżowe potwierdzenie zdobytych kwalifikacji, uznawane na całym świecie.

Osoby nie podchodzące do egzaminów otrzymają certyfikaty wydane przez **questusa** – Akredytowane Centrum Szkoleniowe i Egzaminacyjne CIM zaświadczaające uczestnictwo w programie.

## The Chartered Institute of Marketing w Londynie (CIM)

Instytucja ta działa od 1911 roku i jest najstarszą na świecie organizacją zrzeszającą profesjonalnych marketerów.

# Koszt uczestnictwa

## Udział w bloku Mastering Digital Channels:

- 4 700 zł (koszt bez egzaminu)

## Koszty związane z podejściem do egzaminu:

Decyzję o wykupieniu egzaminów można podjąć na każdym etapie udziału w programie.

- Koszt podejścia do egzaminu CIM: 1150 zł
- Koszt rocznej rejestracji w CIM (obligatoryjna przy egzaminach): 350 zł

## Płatność może zostać rozłożona:

- Na raty – nawet do 5 rat płatnych co miesiąc
- Pomiedzy uczestnika a pracodawcę – w dowolnych proporcjach

## Rabat w wysokości 5% przysługuje:

- drugiej i kolejnym osobom z tej samej firmy
- osobom dojeżdżającym na program (dystans dłuższy niż 150 km)
- studentom

Rabaty nie dotyczą kosztów egzaminacyjnych i rejestracyjnych CIM.



## Pakiet obejmujący udział w bloku zawiera:

- ponad 24-godzinny program szkoleniowy prowadzonym według wytycznych CIM;
- dostęp do edukacyjnej platformy edukacyjnej społecznościowo-rozwojowej i jej zasobów (prezentacje, nagrania, raporty itp.);
- materiały do zajęć w formie elektronicznej i/lub papierowej;
- podręczniki uzupełniające do bloku;
- udział w [Warsztatach Strategicznych questus academy](#) na preferencyjnych zasadach;
- bezpłatny udział w spotkaniach [Best Practice](#);
- możliwość uzyskania członkostwa w [questus academy](#);
- kontakt mailowy z prowadzącymi między spotkaniami;
- program gwarancyjny;
- catering podczas zajęć.

## Pakiet wraz z egzaminem dodatkowo obejmuje:

- opłatę egzaminacyjną w CIM;
- rejestrację i roczne członkostwo w CIM;
- opiekę Tutora egzaminacyjnego wraz z raportami oceniającymi postępy uczestników i przygotowania projektów;
- dostęp do zasobów zamkniętej strony [www.cim.co.uk](http://www.cim.co.uk) (po rejestracji) przeznaczonych dla uczestników programów CIM;
- konsultacje przedegzaminacyjne;
- dodatkowe korzyści oferowane dla studentów przez The Chartered Institute of Marketing (e-newsletter i inne);
- wsparcie opiekunów grupy przy rejestracji i innych sprawach formalnych CIM.

# Kryteria przyjęć

---

## Wymagania:

- 2-letnie doświadczenie w marketingu, w tym min. rok w zakresie prowadzenia samodzielnych projektów marketingowych
  - ukończenie studiów wyższych z zakresu zarządzania bądź marketingu
- oraz znajomości języka angielskiego w przypadku pochodzenia do egzaminu.

Przyjęcie odbywa się na podstawie przesłanego **CV osoby zainteresowanej**.

# Szczegółowa tematyka zajęć

- Ustanawianie celów dla poszczególnych kanałów komunikacji
- Analiza kanałów digitalowych i mierniki efektywności
- Kryteria wyboru kanałów i zarządzanie nimi
- Omnichannel
- Ryzyka związane z poszczególnymi kanałami
- Monitorowanie kanałów konkurencji i ewaluacja działań
- Dobre praktyki w digitalu
- Etyczne i prawne aspekty poszczególnych kanałów i gromadzenia danych
- Polityka cookies
- Digital Marketing Mix
- Reklama w poszczególnych kanałach
- Keyword journey
- Copywriting
- Paid media, owned media i earned media
- Strona www i typy landing page'y
- Remarketing w poszczególnych kanałach
- Reklama displayowa
- Social media – działania organiczne i płatne
- Kanały komunikacyjne wideo

- Marketing afiliacyjny
- Wewnętrzne i zewnętrzne metody zarządzania kanałami
- Budżetowanie dla poszczególnych kanałów
- In-house vs. agencja
- Akwizycja, konwersja i retencja
- Reputacja marki
- Rola wirtualnych społeczności
- Analiza social mediów
- Content & community management
- Brand identity
- Integracja kanałów online i offline
- Return on marketing spend
- Czynniki wpływające na performance
- Możliwości rozwoju kanałów, aplikacji i platform
- Wykorzystanie multimediów w strategii digitalowej
- Integracja CRM
- Nowe kanały social mediów
- Growth hacking

# Kontakt

---

Na wszelkie pytania dotyczące bloku  
i zgłoszeń odpowie:

**Anna Muskała**  
Customer Relationship Manager

amuskała@questus.pl  
Kom: +48 601 052 704  
Tel: +48 42 662 00 07

Więcej informacji o firmie questus,  
realizowanych projektach i programach  
The Chartered Institute of Marketing na  
stronie: [www.questus.pl](http://www.questus.pl)