

## EITC/BI/GADW

### Reklama internetowa i rynek elektroniczny

Szczegółowa zawartość programowa kursu (15 godz.):

- Marketing internetowy
  - Internet w Polsce
  - Rodzaje reklamy
  - Formaty e-reklamy
  - Zalety reklamy internetowej
  - Wady reklamy internetowej
- Google
- Google AdWords
  - Reklama Video
  - Wyświetlanie reklam
  - Harmonogram reklam
- Pierwsza kampania w programie w Google AdWords
  - Rodzaje kont
  - Aktywacja konta
  - Kampanie
  - Zarządzanie słowami kluczowymi
  - Zasady tworzenia reklamy tekstowej
  - Dopasowanie słów kluczowych
- Kierowanie reklam w ramach kampanii w Google AdWords
  - Kierowanie kontekstowo
  - Kierowanie na strony wyników wyszukiwania
  - Kierowanie na miejsca docelowe
  - Kierowanie na język i lokalizację
  - Kierowanie na użytkowników
  - Kierowanie niestandardowe
- Testowanie skuteczności reklam w Google AdWords
  - Trafność słów kluczowych
  - CTR
  - Raportowanie
  - Konwersje
- Koszty i płatności w Google AdWords
  - Metody emisji i płatności
  - Dobieranie stawek
  - Proces i cykl rozliczeniowy
  - Opłaty
- Optymalizacja konta w Google AdWords
  - Wyświetlanie reklam
  - Preferencja pozycji
  - Harmonogram reklam
- Narzędzia Google AdWords
  - Propozycja słów kluczowych
  - Wykluczenie witryny i kategorii
  - Optymalizator kampanii
  - Prognoza odwiedzin
  - Diagnostyki reklam
  - Adwords Editor
- Google Analytics
- Zarządzanie kontami klientów w Google AdWords