

Growth Performance Marketing

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: IT / Big Data / AI • Marketing i sprzedaż

Cechy: Od marca • Polski • Rekrutacja zakończona

To kierunek dla osób, które:

- chcą prowadzić nowoczesny marketing oparty na danych i automatyzacji,
- szukają praktycznych umiejętności projektowania działań wzrostowych,
- chcą nauczyć się obsługi narzędzi takich jak GA4, Tag Manager, Looker Studio, BigQuery, Meta Ads, TikTok Ads czy Zapier,
- pragną wykorzystać sztuczną inteligencję do optymalizacji kampanii,
- cenią naukę od praktyków branży digital i współpracę z czołowymi markami, jak jak Altkom Akademia oraz Socjomania by Altkom Akademia.



4

bezpłatne szkolenia

87%

uczestników poleca studia podyplomowe

Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.

2

partnerów kierunku:

- **Altkom Akademia S.A.**
- **Socjomania by Altkom Akademia**

Microsoft 365

Nasi uczestnicy otrzymują darmową licencję A1, która obejmuje popularne aplikacje, takie jak Outlook, Teams, Word, PowerPoint, Excel, OneNote, SharePoint, Sway i Forms.

Kadra złożona z praktyków

Zajęcia prowadzą eksperci i pasjonaci swojej dziedziny, którzy mają realne doświadczenie.

Networking i rozwój kompetencji

Studia rozwijają kompetencje niezależnie od doświadczenia. Dzięki interaktywnym zajęciom i wymianie doświadczeń z innymi zyskasz wiedzę, umiejętności i cenne kontakty.

Praktyczny charakter studiów:

- Ponad 70% zajęć to warsztaty na realnych danych i kampaniach.
- Dostęp do praktyków z topowych marek i agencji marketingowych.
- Nauka obsługi kluczowych narzędzi marketingowych

Program studiów

9

182

12

7

2

Liczba miesięcy nauki Liczba godzin zajęć Liczba zjazdów Liczba modułów Liczba semestrów

Wprowadzenie i Strategie Growth Marketingowe

- Filozofia i różnice między Growth a Performance Marketingiem
- Projektowanie skutecznej strategii wzrostu (Growth Strategy)
- Dogłębne mapowanie ścieżki klienta (Customer Journey) i identyfikacja "momentów Aha!"
- Praktyczne wdrażanie eksperymentów, testowania hipotez oraz iteracyjnego skalowania działań (cykl Build-Measure-Learn)
- Analiza i dobór kluczowych wskaźników efektywności (KPIs) i metryk (np. AARRR)
- Tworzenie zaawansowanych lejków marketingowych (Funnels)
- Segmentacja odbiorców i skuteczna personalizacja komunikacji
- Modele i strategie retencji klienta

Performance Marketing i reklamy płatne w social mediach

- Tworzenie i optymalizacja kampanii: Meta Ads, TikTok Ads, LinkedIn Ads
- Planowanie mediów i budżetowanie kampanii
- Atrybucja i mierzenie konwersji
- Strategie kampanii sprzedażowych i lead generation



Google i YouTube Ads

- Tworzenie i optymalizacja kampanii: Google Ads i YouTube Ads
- Planowanie mediów i budżetowanie kampanii
- Atrybucja i mierzenie konwersji

Lead Generation i Marketing Automation

- Projektowanie lejków lead generation
- Tworzenie landing page i formularzy konwersji
- Narzędzia: SalesManago i przegląd innych narzędzi
- Scoring i nurturing leadów

Analityka i architektura danych marketera

- Analiza jakościowa i analiza ilościowa w marketingu
- Budowa modeli atrybucji i analiza ścieżek użytkownika
- GA4, Google Tag Manager, Looker Studio
- Integracja danych z różnych źródeł (API, CRM, platformy reklamowe)

BigQuery i podstawy SQL dla marketera

- Wprowadzenie do baz danych w kontekście marketingu
- Struktura danych i logika zapytań SQL
- Tworzenie zapytań analitycznych w BigQuery
- Łączenie danych z wielu źródeł (np. GA4, CRM, platformy reklamowe)
- Filtrowanie, grupowanie, funkcje agregujące
- Tworzenie raportów i dashboardów opartych o dane z BigQuery
- Automatyzacja eksportu danych i integracja z Looker Studio

UX i optymalizacja konwersji

- Audyt ścieżki użytkownika i analiza heatmap
- Testy A/B
- Wprowadzenie do UX copywritingu
- Projektowanie doświadczenia klienta (CX/UX)

AI w Performance Marketingu

- Zastosowanie narzędzi AI w optymalizacji kampanii
- Generatywne AI: copy, kreacje, predykcje wyników
- Automatyzacja pracy z treścią reklamową
- Tworzenie prostych automatyzacji z wykorzystaniem narzędzie genAI i Zapier
- AI jako wsparcie w tworzeniu automatycznych rekomendacji optymalizacyjnych na podstawie danych wejściowych

Aspekty prawne i etyczne w marketingu cyfrowym

- Zasady uczciwej komunikacji marketingowej (UOKiK, Kodeks Etyki Reklamy)
- Oznaczanie treści sponsorowanych i współprac influencerskich
- Jak legalnie przetwarzać dane użytkowników w działaniach marketingowych
- Zgody marketingowe – jak zrobić to prawidłowo w świetle RODO i prawa komunikacji elektronicznej
- Przechowywanie i przetwarzanie danych w CRM-ach, platformach reklamowych i analitycznych
- AI i dane – wymiar prawny i etyczny



Zaliczenie:

- Test semestralny i test końcowy

Partnerzy



Ceny

Dla Kandydatów

1 rok

2 raty	3575 zł (2 x 3575 zł)
10 rat	715 zł (10 x 715 zł)

Cena jednorazowa: **7150 zł**

Dla naszych absolwentów

1 rok

2 raty	3575 zł (2 x 3575 zł)
10 rat	715 zł (10 x 715 zł)

Cena jednorazowa: **7150 zł**

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.