

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/21bdMARK030/21
Názov predmetu	digitálne marketingové platformy a systémy II.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	PhDr. Bc. Michal Kubovics, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Vypracovanie a odprezentovanie záverečného projektu = 100 bodov (33,34 bodov x 3 časti zadania)
Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami < 92-100 %
> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami < 83-91 % > C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky < 74-82 % > D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby < 65-73 % > E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám < 56-64 % > FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta < 0-55 % > Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolene sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe (pozri Študijný poriadok UCM, §13).

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: nadobudne teoretické a praktické skúsenosti s digitálnymi marketingovými platformami, nástrojmi a systémami, získa orientáciu v súčasných systémoch a platformách v tematických okruhoch e-mailového marketingu, webového marketingu, marketingu sociálnych sietí, obsahového marketingu, mobilného marketingu, osvojí si súvislosti medzi teoretickým rámcom procesov komunikačných agentúr, marketingových oddelení podnikateľských subjektov a digitálnymi marketingovými platformami a systémami, ktoré sa v rámci uvedeného prostredia využívajú. nadobudne zručnosť v podobe adaptability na akýkoľvek aktuálny digitálny marketingový systém a platformu, je schopný aplikovať v praxi komplexné poznatky súvisiace s procesmi tvorby, analýzy, vyhodnotenia, distribuovania a prezentovania prostredníctvom digitálnych marketingových platforiem a systémov, naučí sa využívať pokročilé nástroje, systémy a platformy na prácu s informáciami a ich aplikáciu na rozsiahle spektrum riešených úloh v rámci marketingovej praxe.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do digitálnych marketingových platforiem a systémov – umelá inteligencia, nástroje digitálneho marketingu, nástroje webového marketingu, nástroje mobilného marketingu
2. Umelá inteligencia pri tvorbe obsahu - tvorba obsahu, grafiky, zvukov
3. Umelá inteligencia pri tvorbe obsahu - SEO, PPC

4. Nástroje na analýzu podnikateľského subjektu a konkurencie - Ahrefs, Marketingminer, Screaming Frog
5. Vypracovanie cvičení a spätná väzba
6. Prezentácia výstupov
7. Nástroje marketingu webových stránok - prednáška - Google analytics, Google Optimize, Hotjar
8. Vypracovanie cvičení a spätná väzba
9. Prezentácia výstupov
10. Nástroje marketingu mobilných aplikácií - Google Play, Apple App Store, Appradar
11. Vypracovanie cvičení a spätná väzba
12. Prezentácia výstupov

Odporúčaná literatúra

Schaffer, N. (2020). The age of influence: The power of influencers to elevate your brand. ISBN 978-1-4002-1636-9. Pecinovský, J., & Pecinovský, R. (2019). Office 2019 & Office 365: Průvodce uživatele. ISBN 978-80-247-2303-7. Hurst, L. (2020). Hands on with Google Data Studio: A data citizen's survival guide. ISBN 978-1-119-61608-5. McFedries, P. (2020). G Suite for Dummies. ISBN 978-1-119-74217-3. Vojkovský, P. (2023). Email marketing pre začiatočníkov (+MailChimp návod!). Dostupné z: <https://vojkovsky.sk/email-marketing/> ZoomSphere. (2023). Discover the latest social media management tips and tricks with ZoomSphere. Dostupné z: <https://blog.zoomsphere.com/> Kubovics, M. (2023). Digitálne marketingové platformy a systémy: Praktická príručka. FMK UCM v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk a anglický jazyk