

# Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

|                |                                         |
|----------------|-----------------------------------------|
| Vysoká škola   | Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave |
| Fakulta        | FMK UCM                                 |
| Kód predmetu   | KMARK/23beTEDI006/23                    |
| Názov predmetu | digitálny marketing II.                 |
| Rozsah         | 24sC                                    |
| Počet kreditov | 2                                       |
| Vyučujúci      | Mgr. Igor Piatrov, PhD. (prednášajúci)  |

## Podmienky na absolvovanie predmetu

Výsledná známka je zložená zo súčtu dosiahnutých bodov v troch zložkách hodnotenia, pričom každá z nich má na výslednom hodnotení odlišnú váhu.

Celkovo je možné získať za predmet 100 bodov (100 %).

Vypracovanie a odovzdanie finálneho zadania = 50%

Účasť na prednáškach a práca na priebežnom zadaní = 40%

Odovzdanie marketingového certifikátu = 10%

Študent si môže vybrať z dvoch verzií finálneho zadania. Jednou je zadanie, ktoré spracuje prezenčne, formou hackathonu, druhou je zadanie, ktoré je spracované dištančne. Za spracovanie prezenčnej formy zadania môže študent získať max. 100 % z celkovej váhy tejto časti hodnotenia. Za spracovanie dištančnej formy môže študent získať max. 84 % z celkovej váhy tejto časti hodnotenia.

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100).

Záverečná hodnotiacia stupnica:

A – 100-92 %

B – 91-83 %

C – 82-74 %

D – 73-65 %

E – 64-56 %

FX – 55-0 %

## Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

nadobudne všeobecný prehľad v oblasti pokročilejších nástrojoch a technikách digitálneho marketingu, zoznámi sa s marketingom vo vyhľadávačoch, optimalizáciou pre vyhľadávače či platobnými systémami s modelom platby za kliknutie, získa prehľad o platených možnostiach inzercie na sociálnych sieťach a zvýšená pozornosť je venovaná možnostiam inzercie v prostredí najväčšej reklamnej siete sveta – Google Ads, spozná affiliate marketing, jeho funkčné princípy a možnosti.

oboznámi sa s výkonnostným marketingom a prístupmi k optimalizácii konverzného pomeru, získavané teoretické poznatky si študent dopĺňa osvojovaním si praktických zručností súvisiacich s riešenou problematikou, po úspešnom absolvovaní predmetu má študent prehľad v pokročilejších nástrojoch a technikách digitálneho marketingu, ovláda ich princípy a spôsoby použitia, pričom vie kriticky prehodnotiť a zvážiť výber týchto nástrojov pri tvorbe digitálne marketingovej komunikácie, syntézou získaných teoretických poznatkov a praktických zručností, je študenti schopný naplánovať potenciálne funkčnú a efektívnu digitálnu kampaň, využívajúcu pokročilejšie nástroje a techniky digitálneho marketingu.

### **Stručná osnova predmetu**

1. Pracovný rámec (framework) STDC
2. Analýza kľúčových slov (dátovo riadený obsahový marketing)
3. Marketing vo vyhľadávачoch (SEM)
4. Optimalizácia pre vyhľadávачe (SEO)
5. PPC systémy
6. Sociálne siete – paid social
7. Google Ads – vyhľadávacia sieť
8. Google Ads – obsahová sieť
9. Affiliate marketing
10. Výkonnostný marketing
11. Optimalizácia konverzného pomeru
12. Synergia nástrojov digitálneho marketingu

### **Odporúčaná literatúra**

Hanlon, A. (2019). Digital marketing: Strategic Planning & Integration. California: SAGE Publications.

Janouch, V. (2020). Internetový marketing. Brno: Computer Press.

Kolektív autorov. (2019). Super Affiliate Academy. Affiliate sieť Dognet.

Losekoot, M., & Vyhnánková, E. (2019). Jak na síť. Brno: Jan Melvil publishing.

Murár, P., & Piatrov, I. (2022). Digitálny marketing. Trnava: FMK UCM.

Performics a kolektív. (2021). Uspejte v online. Bratislava: Lion Communications Slovakia.

Young, M. (2018). Ogilvy o reklamě v digitálním věku. Praha: Svojtka.

### **Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu**

slovenský jazyk a anglický jazyk