

# Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

|                |                                                                                                                                |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vysoká škola   | Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave                                                                                        |
| Fakulta        | FMK UCM                                                                                                                        |
| Kód predmetu   | KMARK/24bdMARK016/24                                                                                                           |
| Názov predmetu | digitálny marketing II.                                                                                                        |
| Rozsah         | 2P + 1S                                                                                                                        |
| Počet kreditov | 5                                                                                                                              |
| Vyučujúci      | Mgr. Igor Piatrov, PhD. (prednášajúci), PhDr. Bc. Michal Kubovics, PhD. (prednášajúci), PhDr. Peter Murár, 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 %).

Práca na seminároch = 10%

Semestrálne zadanie = 30%

Záverečná skúška = 60%

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Predpokladom pre pripustenie k záverečnej skúške je absolvovanie hodnotenia v rámci semestrálneho zadania a práce na seminároch na úrovni min. 50%.

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 vyhľadávačoch (SEM)
4. Optimalizácia pre vyhľadávače (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