Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/25DIDI02/25
Názov predmetu	digitálny marketing I.
Rozsah	2P
Počet kreditov	6
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 %).

Získanie marketingových certifikátov = 10 %
Semestrálne zadanie = 30 %
Záverečná skúška = 60 %

Predpokladom pre získanie hodnotenia za semestrálne zadanie je odovzdanie zadania v dohodnutom termíne, dohodnutým spôsobom, v požadovanom rozsahu a kvalite. Semestrálne zadanie sa považuje za splnené, ak študent dosiahne viac ako 50 % z celkového počtu hodnotenia. Neabsolvovanie semestrálneho zadania sa považuje za nesplnenie podmienok pre pripustenie k záverečnej skúške a získanie záverečného hodnotenia predmetu.

Predpokladom pre získanie hodnotenia za marketingové certifikáty je odovzdanie dohodnutého počtu akceptovateľných certifikátov, v dohodnutom termíne, dohodnutým spôsobom. Neodovzdanie dohodnutých certifikátov alebo ich neskoré odovzdanie sa považuje za nesplnenie podmienok pre pripustenie k záverečnej skúške a získanie záverečného hodnotenia predmetu

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100), pričom podmienkou pre započítanie bodov za jednotlivé časti hodnotenia (semináre, certifikáty) je dosiahnutie úspešnosti na záverečnej skúške v úrovni vyššej ako 50 %.

Záverečná hodnotiaca 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:
• získa všeobecný prehľad a zručnosti v oblasti digitálneho marketingu, ktorý môžeme v súčasnom modernom marketingu právom považovať za elementárnu vedomostnú a skúsenostnú výbavu každého marketingového pracovníka,
• nadobudne východiskové teoretické poznatky z digitálneho marketingu vo všeobecnosti – oboznámi sa s významom a postavením digitálneho marketingu, spozná digitálnu stratégiu a jej tvorbu, oboznámi sa s kanálmi digitálneho marketingu, naučí sa pochopiť zákazníka v digitálnom prostredí a stanoviť ciele a kľúčové ukazovatele výkonnosti (KPI),
• v druhej polovici semestra študent spoznáva najfrekventovanejšie nástroje a prostriedky digitálneho marketingu, počnúc webovou stránkou ako najhlavnejšou inštanciou, cez obsahový a e-mail marketing, až po blogy a sociálne siete,
• teoretické poznatky si študent dopĺňa osvojovaním si praktických zručností súvisiacich s riešenou problematikou,
• po úspešnom absolvovaní predmetu ma študent všeobecný prehľad v oblasti digitálneho marketingu, vie sa zamyslieť nad digitálnou stratégiou, kriticky ju posudzovať, ovláda stanovovanie korektných cieľov, analyzovanie zákazníkov a cieľových skupín v digitálnom prostredí, a tiež má prehľad v najfrekventovanejších nástrojoch a technikách digitálneho marketingu,
• syntézou získaných teoretických vedomostí a praktických zručností je študent schopný naplánovať potenciálne funkčnú a efektívnu digitálnu kampaň využívajúcu bežne dostupné a nenáročné nástroje či techniky digitálneho marketingu.
Má rozšírené digitálne zručnosti, zlepšené jazykové kompetencie, vďaka ktorým dokáže prezentovať svoje myšlienky, argumentovať a obhajovať svoje názory, a tiež dokáže efektívne pracovať v tíme.

Stručná osnova predmetu

1. Marketing v digitálnej ére
2. Úvod do digitálneho marketingu
3. Stratégia v kontexte digitálneho marketingu
4. Zákazník v digitálnom prostredí
5. Psychológia v digitálnom marketingu
6. Kanály digitálneho marketingu
7. Inbound marketing
8. Webová stránka
9. Obsahový marketing
10. E-mail marketing
11. Blogy
12. Sociálne médiá

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 sítě. 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.