Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/25meMARK006/25
Názov predmetu	online marketing I.
Rozsah	12sP + 12sS
Počet kreditov	4
Vyučujúci	Mgr. Filip Jankovič (prednášajúci), PhDr. Bc. Michal Kubovics, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Hodnotenie študenta pozostáva z nasledovných čiastkových hodnotení:
- Marketingové certifikáty: 20 %
- Opakovacie mini-testy: 10 %
- Domáce zadania: 20 %
- Výstupy zo seminárov: 40 %
- Doplnkové úlohy (variabilné – podľa okolností): 10%

Plnenie všetkých čiastkových kritérií nie je podmienkou, študent sa môže rozhodnúť určité kritéria neplniť.

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiaca stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

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

- nadobudne poznatky pokrývajúce problematiku optimalizácie webovej stránky s ohľadom na marketingové a obchodné ciele firmy a oblasť emailového marketingu,
- v prvej polovici semestra sa naučí vnímať webovú stránku nie ako na prezentačnú platformu, ale ako na východiskový bod akejkoľvek ďalšej marketingovej komunikácie,
- zoznámi sa požiadavkami na úspešný web, snaží sa pochopiť potreby svojej cieľovej skupiny a nájsť prienik medzi jej potrebami a marketingovými (a tiež obchodnými) cieľmi firmy,
- zoznámi sa s webovou analytikou a rozličnými metódami a postupmi na optimalizáciu webovej stránky,
- v druhej polovici semestra nadobudne poznatky ďalšej z elementárnych častí digitálneho marketingového mixu - emailovému marketingu, vie základné princípy koncipovania a textovania marketingových emailov, a tiež ich dizajnu,
- po úspešnom absolvovaní predmetu má študent pomerne ucelenú predstavu o tom, ako by mala vyzerať webová stránka, ktorá je funkčnou súčasťou digitálneho marketingového mixu, dokáže odhaliť základné chyby a vie, ako by sa dali opraviť,
- orientuje sa v e-mailovom marketingu dosť nato, aby dokázal odhadnúť, kedy ho má zmysel nasadiť a kedy je vhodnejšie použiť iný komunikačný nástroj, vie vytvoriť newsletter a odoslať newsletter, ktorý

neskončí v spamovom koši, na základnej úrovni ovláda niektorý z bežne používaných nástrojom na tvorbu emailových kampaní.

Stručná osnova predmetu

1. Používateľsky orientovaný web
2. Vitálne jadro webu: rýchlosť, interaktivita, dizajn
3. Kľúčové časti webu a ich optimalizácia
4. Dizajn pre mobilné zariadenia
5. Meta dáta a ich dopad na používateľa
6. Webová analytika a kľúčové metriky
7. Úvod do emailového marketingu
8. Prístupy k tvorbe obsahu
9. Dizajn newslettra
10. Budovanie databázy odoberateľov
11. Meranie úspešnosti
12. Automatizácia a jej prínos pre marketing

Odporúčaná literatúra

Cialdini, R. (2016). Před-svědčování: revoluční způsob, jak ovlivnit a přesvědčit. Brno: Jan Melvil.
Hanna, R., Scott, S., & Smith, J. (2016). Email marketing in a digital world : the basics and beyond. New York, NY: Business Expert Press.
Janouch, V. (2020). Internetový marketing. Brno: Computer Press.
Kolektív autorov. (2020). 123 tipov pre online a affiliate marketing. Bratislava: Dognet.
Murár, P. (2017). Marketingové výzvy web stránok. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda.
Murár, P., & Piatrov, I. (2022). Digitálny marketing (1. vyd.). Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk a anglický jazyk