Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/25meMARK012/25
Názov predmetu	online marketing II.
Rozsah	12sP + 12sS
Počet kreditov	4
Vyučujúci	PhDr. Peter Murár, PhD. (prednášajúci), PhDr. Bc. Michal Kubovics, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Marketingové certifikáty: 20%
Opakovacie mini-testy: 10%
Výstupy zo seminárov: 40%
Recenzia knihy: 30%

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

Študenti sa zoznámia s problematikou marketingu pre vyhľadávače (search-engine marketing). V prvej polovici semestra sa zoznámia sa s problematikou optimalizácie pre vyhľadávače (SEO) a jej hlavnými zložkami. Naučia sa robiť analýzu kľúčových slov, analýzu on-page analýzu a ďalšie postupy potrebné pre zhodnotenie stavu webovej stránky a jeho zlepšenie. V druhej polovici semestra získajú prehľad o problematike PPC kampaní. Zoznámia sa druhmi PPC kampaní, rovnako ako s nástrojmi na ich tvorbu a administráciu. Získajú schopnosť vytvárať a optimalizovať bannerové kampane a dosiahnuť tak konkrétne marketingové ciele. Zorientujú sa vo vytváraní kampaní vo vyhľadávacej sieti. Naučia sa dosiahnuť výsledky v reklamných riešeniach služieb YouTube a Google Video. V neposlednom rade sa zoznámia so základnými metrikami, pričom sa dozvedia ako konkrétne kampane merať a optimalizovať ich výkonnosť. Po úspešnom absolvovaní predmetu študenti vedia čo možno očakávať of SEO a čo of PPC. Vedia posúdiť v akých situáciách ich aplikovať. Orientujú sa v ich procesoch, poznajú ich náročnosť. Ovládajú základy práce s bežne používanými nástrojmi. Sú oboznámení s kľúčovými metrikami. Vedia sformulovať brief pre digitálnu agentúru a dokážu s ňou kvalifikovane komunikovať.

Stručná osnova predmetu

1 SEO: Základné princípy a história
2 SEO: Analýza kľúčových slov
3 SEO: Vytváranie kvalitného obsahu (content mkt vs. seo)
4 SEO: Najdôležitejšie on-page SEO faktory + Technické SEO
5 SEO: Stratégie budovania spätných odkazov
6 SEO: Reportovanie

7 Úvod do PPC reklamy
8 Google Ads: Reklama vo vyhľadávacej sieti
9 Google Ads: Reklama v obsahovej sieti
10 Google Ads: Video-reklama
11 Google Ads: Meranie výkonnosti
12 Google Moja firma

Odporúčaná literatúra

Burešová, J. (2022). Online marketing: Od webových stránek k sociálním sítím. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-1680-5.
Jantsch, J., & Singleton, P. (2016). SEO for growth: The ultimate guide for marketers, web designers & entrepreneurs. Kansas City, MO: Duct Tape Marketing. ISBN 978-0-692-76944-7.
Kolektív autorov. (2019). Online marketing: Tvorba zarábajúceho webu. Bratislava: Dognet. ISBN 978-80-8996-902-9.
McDonald, J. (2021). Google Ads (AdWords) Workbook (2021): Advertising on Google Ads, YouTube, & the Display Network. ISBN 978-1795757935.
Murár, P., & Piatrov, I. (2022). Digitálny marketing. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda. ISBN 978-80-572-0295-0.
Williams, A. (2016). SEO 2017 & Beyond: A complete SEO strategy - Dominate the search engines! CreateSpace Independent Publishing Platform. ISBN 978-1540577634.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk a anglický jazyk