Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/26mdDIZO01/26
Názov predmetu	digitálny marketing I.
Rozsah	2S
Počet kreditov	5
Vyučujúci	Mgr. Sláva Gracová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Výsledná známka je zložená zo súčtu dosiahnutých bodov v dvoch zložkách hodnotenia, pričom každá z nich má na výslednom hodnotení konkrétnu váhu.
Celkovo je možné získať za predmet 100 bodov (100 %). Získanie marketingových certifikátov = 50%
Písomný test = 50%
Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100).
Záverečná hodnotiaca stupnica (v percentách):
A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami ‹92-100 %›,
B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami ‹83-91 %›,
C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky ‹74-82 %›,
D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby ‹65-73 %›,
E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám ‹56-64 %›,
FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta ‹0-55 %›.

Výsledky vzdelávania

Študentky a študenti po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie:
Vedomosti:
• majú 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,
• ovládajú východiskové teoretické poznatky z digitálneho marketingu vo všeobecnosti,
• majú povedomie o význame a postavení digitálneho marketingu,
• poznajú digitálnu stratégiu a jej tvorbu,
• poznajú kanály digitálneho marketingu.
Zručnosti:
• dokážu pochopiť zákazníka v digitálnom prostredí a jeho požiadavky,
• dokážu stanoviť ciele a kľúčové ukazovatele výkonnosti (KPI),
• vedia používať najfrekventovanejšie nástroje a prostriedky digitálneho marketingu, počnúc webovou stránkou ako najhlavnejšou inštanciou, cez obsahový a e-mail marketing, až po blogy a sociálne siete
Kompetencie:
• schopnosť aplikovať praktické zručnosti súvisiace s riešenou problematikou, po úspešnom absolvovaní predmetu ma študent všeobecný prehľad v oblasti digitálneho marketingu,

• schopnosť zamyslieť nad digitálnou stratégiou, kriticky ju posudzovať,
• schopnosť stanovovať korektné ciele, analyzovať zákazníkov a cieľové skupiny v digitálnom prostredí,
• schopnosť naplánovať potenciálne funkčnú a efektívnu digitálnu kampaň využívajúcu bežne dostupné a nenáročné nástroje či techniky digitálneho marketingu.

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. Kanály digitálneho marketingu
6. Stanovovanie cieľov a KPIs
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. SAGE Publications.
Janouch, V. (2020). Internetový marketing. Computer Press.
Kolektív autorov. (2019). Super Affiliate Academy. Affiliate sieť Dognet.
Losekoot, M., & Vyhnánková, E. (2019). Jak na sítě. Jan Melvil publishing.
Murár, P., & Piatrov, I. (2022). Digitálny marketing. FMK UCM.
Performics a kolektív. (2021). Uspejte v online. Lion Communications Slovakia.
Young, M. (2018). Ogilvy o reklamě v digitálním věku. Svojtka.