



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Digitální marketing

CO ZÍSKÁTE STUDIEM A ABSOLVOVÁNÍM TOHOTO PŘEDMĚTU

Studiem tohoto předmětu získáte možnost seznámit se s moderním pojetím digitálního marketingu (online marketingu) a jeho praktickým využitím pro rozvoj firmy. Po absolvování předmětu budete mít přehled o nejdůležitějších kanálech a nástrojích digitálního marketingu a zjistíte, jak efektivnost digitálního marketingu vyhodnocovat. Uvědomíte si význam digitálního marketingu pro současné podnikatelské prostředí, poznáte nejnovější trendy v digitálním marketingu a pochopíte zasazení digitálního marketingu do kontextu marketingové strategie úspěšné firmy. Dozvíte se, jaké jsou nejnovější trendy a technologie (včetně umělé inteligence) v oblasti digitálního marketingu a jak je efektivně využít pro budoucí růst.

Studiem tohoto předmětu dále získáte především možnost průběžně **konzultovat reálné problémy, případy a situace z vaší praxe** s lektorem – **expertem na danou problematiku**, a v rámci těchto konzultací pod jeho odborným vedením **zpracovat jejich řešení formou prakticky orientované případové studie** (seminární práce). Díky tomu, že konzultace neprobíhají skupinově, ale pouze přímo mezi vámi a lektorem, **můžete konzultovat i citlivé firemní záležitosti**, včetně konkrétních dat atd., bez obav ze sdílení těchto údajů s dalšími studenty.

Výstupem po absolvování tohoto předmětu je tedy cenný dokument ihned dále použitelný ve vaší firmě či zaměstnání, s vysokou přidanou hodnotou díky one-to-one konzultacím s odborníkem.

PŘÍKLADY OBLASTÍ A TÉMAT, V NICHŽ MŮŽETE S LEKTOREM/LEKTORKOU KONZULTOVAT

- Placené marketingové kanály
- Neplacené marketingové kanály
- Sociální sítě a influencer marketing
- Email marketing a marketingová automatizace
- Vyhodnocování digitálního marketingu
- Mix komunikačních kanálů v digitální marketingu s přesahem do „tradičního“ marketingu
- Další témata v rámci odborné působnosti lektora, po vzájemné dohodě

ZPŮSOB ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU

Předmět je zakončen zpracováním **seminární práce**, v níž student **řeší konkrétní téma ze své praxe**, týkající se daného předmětu, případně **některé z modelových témat připravených lektorem** (viz níže). Seminární práce je zpracovávána v rozsahu **7-10 stran formátu A4**, z toho se musí jednat alespoň o **8 normostran textu**. Seminární práce je lektorem ohodnocena procentuálně, přičemž **50 % a více** znamená **úspěšné absolvování daného předmětu**.

MODELOVÁ TÉMATA SEMINÁRNÍ PRÁCE

1. Návrh influencer programu pro vybraný podnik včetně základní procesů
2. Návrh komunikačního mixu pro vybraný podnik



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

3. Návrh KPI pro vybraný podnik v oblasti online marketingu
4. Návrh automatizací pro vybraný podnik
5. Zhodnocení online marketingu vybraného podniku s návrhy na zlepšení
STUDIJNÍ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE
Podpůrné studijní materiály zpracované lektorem (k dispozici online ve studijním systému)
Elektronické knihy z online knihovny Bookport od nakladatelství Grada (Autor, Název, vydavatelství, rok vydání, ISBN):
..... (Online ZDE)
BUREŠOVÁ, Jitka. Online marketing: od webových stránek k sociálním sítím. Praha: Grada Publishing,
Ostatní studijní literatura (Autor, Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):
LOSEKOOT, Michelle a Eliška VYHNÁNKOVÁ. Jak na síť: ovládněte čtyři principy úspěchu na
Ostatní užitečné zdroje (videomateriály, online profesní skupiny, blogy, diskuse atd.):
https://www.ulab.rocks/blog/cz/
https://www.wordstream.com/blog?camplink=mainnavbar&campname=Blog
https://moz.com/blog
https://searchengineland.com/