

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Akademický rok:</b> 2022/2023	
<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Komenského v Bratislave	
<b>Fakulta:</b> Fakulta managementu	
<b>Kód predmetu:</b> FM.KMk/085ME/21	<b>Názov predmetu:</b> Digitálny marketing
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> prednáška / seminár <b>Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách):</b> <b>Týždenný:</b> Za obdobie štúdia: 16s / 16s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 6	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> Priebežné hodnotenie za semester (40 percent), skúška v skúškovom období (60 percent). <ul style="list-style-type: none"><li>• Priebežné hodnotenie: aktívna účasť na výučbe, absolvovanie písomného testu – 20 percent.</li><li>• Semestrálny projekt – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 20 percent.</li><li>• Záverečné hodnotenie – písomný test (60 percent).</li></ul> Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežné hodnotenie za semester (40 percent), skúška v skúškovom období (60 percent). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Absolvovaním predmetu študent získa komplexnú bázu informácií z prostredia digitálneho marketingu, porozumie jeho kľúčovým konceptom vrátane výhod a limitácií. Ďalej bude schopný pracovať so získanými vedomosťami v digitálnom prostredí.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Porovnanie tradičného a digitálneho marketingu.</li><li>2. Digitálny marketing a jeho základné koncepty.</li><li>3. Digitálne prostredie.</li><li>4. Digitálny marketingový mix.</li><li>5. Špecifiká správania zákazníkov v digitálnom prostredí.</li><li>6. Digitálny marketingový výskum a analytika.</li><li>7. Digitálna marketingová komunikácia.</li><li>8. Nástroje digitálnej marketingovej komunikácie.</li><li>9. Meranie účinnosti digitálnej marketingovej komunikácie.</li><li>10. Digitálne marketingové stratégie.</li><li>11. GDPR a ochrana spotrebiteľa v digitálnom prostredí.</li><li>12. Nové trendy v digitálnom marketingu.</li><li>13. Marketing 4.0.</li></ol>	
<b>Odporúčaná literatúra:</b>	

- [1] DODSON, I. 2016. The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns. Hoboken : John Wiley and Sons, 2016, 400 p. ISBN 978-11-192-6570-2
- [2] HEINZE, A. – FLETCHER, G. – RASHID, T. – CRUZ, A. 2016. Digital and Social Media Marketing: A Results-Driven Approach. Abingdon : Routledge, 2016, 346 p. ISBN 978-11-389-1791-0
- [3] CHAFFEY, D. – SMITH, Pr. 2017. Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. 5th Edition. Abingdon : Routledge, 2017, 690 p. ISBN 987-11-381-9170-9
- [4] KIRBY, J. – MARSDEN, P. 2016. Connected Marketing. Abingdon : Routledge, 2016, 320 p. ISBN 978-11-381-5269-4
- [5] KOLEKTÍV AUTOROV 2021. Uspejte v online. Čo najlepši marketéri vedie, robia a hlásajú. Bratislava: Performics Slovakia, 2021, 291 s. ISBN 978-80-973694-0-8
- [6] KOTLER, P. – KARTAJAYA, H. – SETIAWAN, I. 2017. Marketing 4.0. Hoboken : John Wiley and Sons, 2017, 184 p. ISBN 987-11-193-4120-8
- [7] LABSKÁ, H. a kol. 2014. Marketingová komunikácia. Bratislava : Ekonóm, 2014, 324 s. ISBN 978-80-225-3852-7
- [8] SCOTT, D. M. 2017. The New Rules of Marketing & PR. How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, New Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. 6th Edition. Hoboken : John Wiley and Sons, 2017, 448 p. ISBN 978-11-193-6241-8
- [9] SPONDER, M. – KHAN, G. F. 2017. Digital Analytics for Marketing. Abingdon : Routledge, 2017, 310 p. ISBN 978-11-381-9068-9
- [10] WRIGHT, T. – SNOOK, CH. J. 2016. Digital Sense: The Common Sense Approach to Effectively Blending Social Business Strategy, Marketing Technology, and Customer Experience. Hoboken : John Wiley and Sons, 2016, 304 p. ISBN 978-11-192-9170-1
- [11] Webové sídlo Akademickej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [12] Ďalšie zdroje budú priebežne doplňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

**Poznámky:**

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 30

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
50,0	0,0	33,33	6,67	0,0	0,0	10,0	0,0

**Vyučujúci:** prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., Mgr. Ing. Miroslav Reiter

**Dátum poslednej zmeny:** 08.09.2021

**Schválil:**