

Název předmětu:	Typ předmětu:
<b>Marketingové komunikace</b>	<b>povinně volitelný</b>
Způsob ukončení:	Délka výuky předmětu v průběhu vzdělávání:
<b>zápočet a zkouška ve 4. období</b>	<b>přednáška 32 hodin – denní forma 15 hodin – dálková forma cvičení 16 hodin – denní forma</b>
<b>Anotace předmětu</b>	Cílem předmětu je podání uceleného souboru znalostí a informací o současných trendech v oblasti marketingové komunikace s důrazem na digitální média. Studenty seznámí s typy marketingové komunikace, měřením jejich výsledků a jejich následnou interpretací, dále s tvorbou účinného reklamního sdělení, základními formami a pravidly mediální komunikace, WoM a specifikami plánování a strategie v případě online médií.
<b>Obsah výuky</b>	<p><b>Přednášky a cvičení:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Základní pojmy marketingové komunikace, cíle marketingové komunikace, komunikační proces a jeho funkce, komunikační modely a moderní komunikační prostředky.</li> <li>2. Reklama – základní pojmy, komunikační agentury, zadání (brief)</li> <li>3. Reklamní plán a strategie – model Omaha, komunikační plán, plán komunikace, kreativní strategie,</li> <li>4. Specifika plánování kampaně v online prostředí, inbound strategie</li> <li>5. Média v komunikačním mixu – plánování a volba tradičních médií, TV, rozhlas, tištěná média, venkovní reklama, POS</li> <li>6. Digitální média a marketingové komunikace – historie a přítomnost internetu, mediální platformy, web marketing, sociální média.</li> <li>7. Formy reklamy na internetu, nové trendy a inovace v digitální komunikaci, inovace v reklamních strategiích, negativní dopady internetu</li> <li>8. Podpora komunikace, plánování a užití podpory prodeje. Cíle a cílové skupiny, nástroje zákaznické podpory prodeje. Veletrhy a výstavy.</li> <li>9. Cíle přímého marketingu. Pasivní a aktivní přímý marketing. Využití interaktivních médií v přímém marketingu, osobní komunikace s hosty a zákazníky</li> <li>10. Public Relations, interní a externí komunikace firmy. Lobbying. Firemní identita, image firmy. Krizová komunikace. Eventy. Využití online v PR</li> <li>11. Word of Mouth, Word of Mouse, kredibilita a důvěra online</li> <li>12. Měření a testování marketingové komunikace. Marketingové metriky a měření efektivity marketingové komunikace. Měření vstupů, komunikačních procesů a výstupů komunikace, metriky v digitální komunikaci</li> <li>13. Integrované marketingové komunikace, definování pojmu, vývoj IMC, motivace využívání IMC, stupně integrace, zavádění IMC a jeho bariery</li> </ol>
<b>Výsledky vzdělávání</b>	<p>Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• získá základy teorie marketingových komunikací s důrazem na potřeby praxe;</li> <li>• získá profesní kompetence v oblasti reklamy, PR, osobního prodeje a dalších forem marketingových komunikací výrobků a služeb,</li> </ul>

	<p>jejich distribuce, oceňování a umístění na trhu, propagace institucí a organizací neziskového sektoru a to při efektivním využití jak tradičních, tak zejména i nových, digitálních médií;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• získá znalosti využití tzv. nových médií k účinné vnější i vnitřní komunikaci v rámci jak komerčního, tak i neziskového sektoru;</li><li>• získá schopnosti plně participovat na plánování, organizování, řízení a vyhodnocování projektů z oblasti marketingových komerčních i nekomerčních komunikací;</li><li>• získá znalosti z oblasti snižování nákladů na efektivní komunikaci organizace s veřejností či jinými organizacemi s důrazem na efektivní a účinné využívání digitálních médií;</li><li>• získá schopnost využít vědomostí a dovedností pro aktivní využívání digitálních informačních technologií v procesu řízení aktivit marketingové komunikace.</li></ul>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------