

Program vyučovaného předmětu – MARKETING SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ

Název předmětu:	Typ předmětu:
Marketing sociálních médií	povinně volitelný
Způsob ukončení:	Délka výuky předmětu v průběhu vzdělávání:
zápočet a zkouška ve 6. období	přednáška 28 hodin – denní forma 15 hodin – dálková forma cvičení 14 hodin – denní forma
Anotace předmětu	Cílem předmětu je uvedení studentů do základních pojmů a souvislostí, které jsou spojeny s internetem jako komunikačním nástrojem sloužícím pro marketingové účely. Studenti si osvojí základní terminologii z oblasti internetového marketingu včetně jejich vzájemných vazeb a souvislostí prostřednictvím přednášek. Studenti se naučí pracovat s jednotlivými nástroji internetového marketingu. Prostřednictvím případových studií a vlastní práci s jednotlivými nástroji si osvojí i jejich praktickou stránku.
Výsledky/Cíle vzdělávání	Student: • si osvojí základní terminologii z oblasti internetového marketingu včetně jejich vzájemných vazeb a souvislostí, • se naučí pracovat s jednotlivými nástroji internetového marketingu, • prostřednictvím případových studií a vlastní práci s jednotlivými nástroji si osvojí i jejich praktickou stránku
Hodnocení výsledků	Vyučující před zahájením výuky zveřejní požadavky ke zkoušce, formu zkoušky a požadavky pro udělení zápočtu. Požadavky pro udělení zápočtu: • předložení dokumentace ke cvičení • vypracování seminární práce Zkouška • Písemná část zkoušky, 30 minut • Ústní část zkoušky
Seznam studijních pramenů a dalších studijních pomůcek	SVĚTLÍK, J. a kol. Reklama. Teorie, koncepce, modely. WSIZ Rzeszow 2017. s. 627 ISBN: 978-83-64286-71-1 (kap. 4). MICHELLE LOSEKOOT ELIŠKA VYHNÁNKOVÁ, Jak na síť, Praha Jan Melvil publishing, 2019, ISBN 978-80-75550-84-2. GIL CARLOS, <i>Konec marketingu Ovládněte trh prostřednictvím svých zákazníků na sociálních sítích</i> . Praha: Grada Publishing, 2021. ISBN 978-80-271-1296-8. PŘIKRYLOVÁ Jana a kolektiv. <i>Moderní marketingová komunikace</i> . 2., zcela přepracované vydání. Praha: Grada 2019, 344 s. ISBN 978-80-271-0787-2. LAURENČÍK MAREK a kolektiv, WordPress od základů k profesionálnímu použití. Praha: Grada Publishing, 2021. ISBN 978-80-271-0178-8. VEBER Jaromír, Digitalizace ekonomiky a společnosti. Computer Press, 2018, ISBN 978-80-72615-54-4

	BEDNÁŘ, V. Marketing na sociálních sítích. Computer Press 2011. 200 s. ISBN 9788025133200 JANOUGH, V.: Internetový marketing. Brno: Computer Press, a.s., 2014. ISBN 978-80-251-4311-7 STERNE, J.: Měříme a optimalizujeme marketing na sociálních sítích. Brno: Computer Press, a.s., 2011
--	--