

Ako sa efektívne pripraviť na skúšku DIMAQ a získať certifikát?

Sylaby 1-dňového prípravného kurzu



ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE

- ✓ **Termín:** 5. 11. 2018 od 9:00 do 18:00
 - ✓ **Miesto:** Impact Hub, Hviezdoslavovo námestie 20, Bratislava
- ✓ **Lektor:** Matej Kolarovský
- ✓ **Forma:** Prednáška s diskusiou
- ✓ Počas trvania kurzu bude pre účastníkov zabezpečené občerstvenie vrátane obeda



ÚČEL KURZU

- ✓ Sumarizovať hlavné body zo všetkých blokov, ktoré tvoria samotnú DIMAQ skúšku
- ✓ Poskytnúť **praktické tipy** na dôkladnú prípravu na DIMAQ skúšku
 - ✓ Diskusia o priebehu a podmienkach skúšky
- ✓ **Skúšobný test** – set vzorových otázok, ktoré tvoria samotnú skúšku
- ✓ Poskytnúť **zdroje informácií**, ktoré napomôžu pri individuálnej príprave



PROFIL ÚČASTNÍKA

Kurz je určený marketérom, ktorí v digitálnom marketingu pôsobia na **seniornejších / manažérskych pozíciách** a majú záujem o DIMAQ certifikát

Kurz odporúčame pre:

- a) ľudí, ktorí sa plánujú pripravovať na DIMAQ certifikáciu **samo štúdiom**
- b) ľudí, ktorí chcú **spoznať alebo si zopakovať rozsah materiálu potrebného na certifikát** a lepšie sa pripraviť na samotnú skúšku



OBSAH KURZU

BLOK I - Od základov internetu až po právnu úpravu reklamy v Slovenskej republike

- ✓ Zhrnutie všetkých informácií potrebných na naštudovanie pred absolvovaním skúšky

BLOK II - Certifikačná časť - diskusia k priebehu skúšky, praktické rady ako sa pripravovať na test, absolvovanie vzorového testu

- ✓ Ako sa pripraviť na skúšku
- ✓ Zdroje na štúdium – odkiaľ čerpať informácie, dáta, materiály na úspešne absolvovanie testu
- ✓ Otázky a odpovede – ako čítať a porozumieť otázkam, ako správne odpovedať, na čo si dávať pozor



Obsah 1-dňového prípravného kurzu

BLOK I - Od základov internetu až po právnu úpravu reklamy na Slovensku

1. Základy digitálneho marketingu

Krátka história reklamy a reklamných kanálov

Základné skratky a pojmy, s ktorými sa môžete stretnúť a mali by ste už poznať

Dáta, akronymy a tézy, ktoré sú tiež súčasťou online marketingu

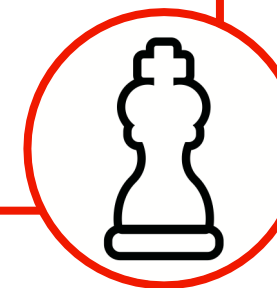


2. Stratégia a plánovanie

Základné stratégie plánovania digitálnych kampaní, definícia SMART cieľov, brand awareness, merateľné ciele

Analýza cieľovej skupiny a jej efektívne ciele, efektívny výber webových stránok pre zasiahanie konkrétnej cieľovej skupiny

Výzvy súčasnej doby v plánovaní kampaní – bannerová slepota, AdBlocker, multiscreening

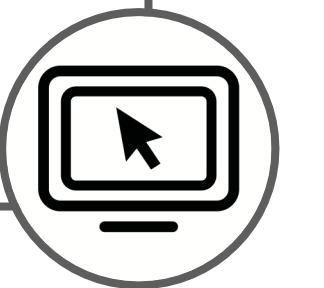


3. Display reklama

Pohľad na aktuálny stav slovenského trhu display reklamy

Najpoužívanejšie formáty a ich výhody voči ostatným reklamným systémom

Klasický a automatizovaný systém nákupu reklamy
Kontrola reklamného priestoru a trendy ako brand safety či viewability

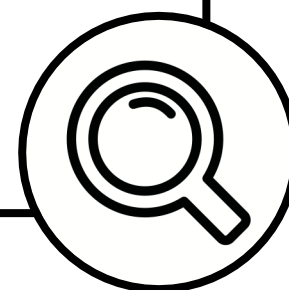


4. SEM

Prehľad pojmov, SEA, SEO, SEM, rozdiely a základné parametre

Faktory ovplyvňujúce postavenie v platenom a organickom vyhľadávaní

Pohľad na on-page, off-page faktory, technické SEO parametre



5. Video reklama

Všetky možné formy online reklamy, ich špecifiká a možnosti merania

Súčasne trendy v konzumácii a príprava online contentu

Hráči na poli video reklamy, s ktorými sa štandardne na slovenskom trhu stretnete



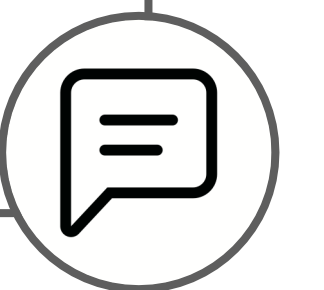
6. Sociálne média a obsahový marketing

Dlhodobé trendy a možnosti využitia pre klientov

Momentálne trendy a možnosti kontroly obsahu na sociálnych sieťach

Content marketing ako nástroj pre zvyšovanie predaja a iné možnosti jeho využitia v súčasnom online marketingu

Formáty a kanály na distribúciu contentu



Obsah 1-dňového prípravného kurzu

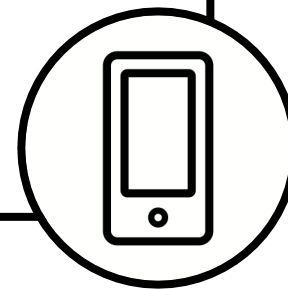
BLOK I - Od základov internetu až po právnu úpravu reklamy na Slovensku

7. Mobilný marketing

Ako využiť mobil v online marketingu, jasný trend prechodu konzumácie na mobilné zariadenia

Základné trendy a grafy v mobilnom marketingu

Príklady reklamných formátov, ktoré možno využiť



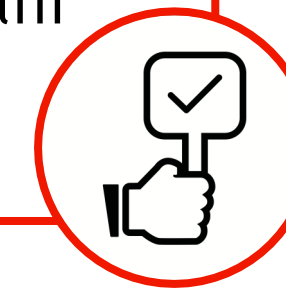
8. Programmatic/RTB

Rekapitulácia základných pojmov ako DSP, SSP, DMP a ich fungovanie, prehľad slovenského programatického trhu

Možnosti nákupu, cielenia a kontroly

Aukčný model a pojmy ako 1st a 2nd price auction, využívanie dát a ich aktuálny stav na slovenskom trhu

Vyhodnotenie a meranie efektívnosti kampaní

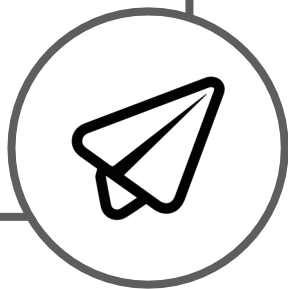


9. E-mail marketing

Ako správne využiť e-mailing na rôzne firemné ciele

Využívanie automatizácie a dynamizácie obsahu pri komunikácii s klientami

Spôsoby a možnosti merania a kontroly email marketingu



10. E-Commerce

Základné pojmy a koncepty e-commerce na Slovensku

Prehľad trhu a základné špecifiká v e-shopovom prostredí na Slovensku

Trendy, ktoré ovplyvňovali a menia e-commerce v súčasnosti

Prepojenie e-commerce na ostatné odvetvia v online marketingu

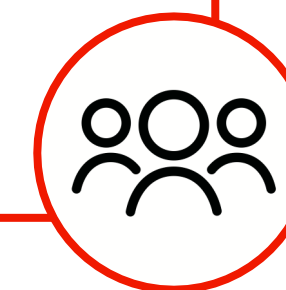


11. Internetová analytika / UX

Google analytics je síce najpoužívanejším nástrojom na analýzu návštevnosti webstránky, ale nie je jediným

Aké nástroje ešte vieme využiť na zlepšenie výkonu našej webstránky

Čo všetko môže mať vplyv na konverznosť vašej webstránky



12. Právo v marketingu

Prehľad základných právnych noriem, ktoré upravujú správanie subjektov v rámci online marketingu

Ochrana osobných údajov v rámci nariadenie GDPR

Reklama rizikových produktov ako napr. alkohol, cigarety, lieky, hazard

