



1. ZÁKLADY DIGITÁLNEHO MARKETINGU	Preštudujte si
Internetová reklama	<ul style="list-style-type: none"> • Štruktúra trhu, znalosť segmentov týkajúcich sa online marketingu, ich veľkosť, trendy • Fakty a čísla (podiel na trhu online reklamy z hľadiska výdavkov do médií, veľkosť jednotlivých segmentov, trendy a prognózy) • Faktory, ktoré ovplyvňujú rozvoj odvetvia internetovej reklamy
Používatelia internetu na Slovensku a vo svete (fakty, čísla, trendy a prognózy)	<ul style="list-style-type: none"> • Penetrácia trhu a počet používateľov internetu na Slovensku a vo svete • Trendy a smerovanie súvisiace s používaním digitálnych médií
Komunikačné kanály na internete - typológia a pojmy klasifikácie	<ul style="list-style-type: none"> • Koncept rozdelenia komunikačných kanálov na získané, vlastnené a platené médiá • Schopnosť klasifikovať kanály z hľadiska tohto konceptu
Typy a klasifikácia subjektov, ktoré súvisia s trhom internetovej reklamy	<ul style="list-style-type: none"> • Štruktúra trhu (hlavní hráči na globálnom a lokálnom trhu – agentúry, mediálne domy, vydavatelia, dodávatelia nástrojov, súvisiace organizácie)
Základné nákupné modely a emisia internetovej reklamy	<ul style="list-style-type: none"> • Znalosti a kompetencie interpretácie nákupných modelov: CPM, CPC, CPL, CPD, CPS, eCPM
Základné pojmy	<ul style="list-style-type: none"> • Príklady pojmov: doména, URL, User Generated Content, Web 2.0
Základné nástroje a ukazovatele	<ul style="list-style-type: none"> • Podstata a praktické uplatnenie ukazovateľov: CTR a CR • Podstata a praktické uplatnenie ukazovateľov: návštevy stránky a videnia • Znalosť základných schopností, možností, aplikácií a rozdielov medzi nástrojmi ako: Google AdWords, Google Analytics, Google Keyword Tool, Google Trends, Google URL Builder, Gemius
Spolupráca s agentúrou – základné pojmy	<ul style="list-style-type: none"> • Znalosť základných procesov, ktoré súvisia s internetovou reklamou, ako sú: plánovanie médií, nákup reklamy a jej vyhodnocovanie • Znalosť a schopnosť interpretovať prvky agentúry a mediálny brief • Znalosť základných pojmov a problémov týkajúcich sa tvorby na internete (napr. pixels, RGB, veľkosti a typy súborov)



	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných technických pojmov (napr. CSS, HTML, IP)
Offline vs. Online marketing	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných termínov a vzťahov spojených s online a offline konzumáciou

2. STRATÉGIA A PLÁNOVANIE	Preštudujte si
Strategické koncepty a modely	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť a schopnosť interpretovať a aplikovať základné pojmy a modely, ako napríklad: AIDA, inbound a outbound marketing
Analýza - metódy, nástroje a zdroje informácií	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť nástrojov a informačných zdrojov (ako napríklad AIM Monitor) a schopnosť analyzovať dáta (napríklad: Index afinity)
Definovanie cieľov	<ul style="list-style-type: none"> Podstata a rozdiely medzi predajnými a imidžovými kampaňami Schopnosť výberu vhodných nástrojov a aktivít s ohľadom na obchodné a marketingové ciele (napr. výber takých nástrojov, ktoré v najväčšej miere prispievajú k dosiahnutiu cieľa – budovať povedomie o značke)
Definovanie cieľovej skupiny	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť popísať cieľové skupiny na základe demografických, psychologických a behaviorálnych kritérií
Definovanie akčného plánu/taktiky	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť vybrať správnu kombináciu aktivít s ohľadom na ciele kampane a cieľovú skupinu Znalosť a praktické uplatňovanie konceptov a trendov, ako sú: bannerová slepota, capping, RWD
Metódy práce s rozpočtom a fakturácie kampane	<ul style="list-style-type: none"> Základné znalosti modelov týkajúcich sa fakturácie a tvorby rozpočtov internetových kampaní (príklad: náklady na licencie, provízia agentúry, success fee)
Meranie efektivity	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť vybrať objektívne a relevantné KPI's
Reportovanie výsledkov	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť kriticky interpretovať výsledky kampane vo vzťahu k stanovenému cieľu



3. DISPLAY REKLAMA		Preštudujte si
Základné pojmy		<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných pojmov, ako sú: formát, umiestnenie, vydavateľ
Formáty displayovej reklamy		<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných charakteristík a schopnosť identifikovať rôzne formáty display reklamy ako napríklad: expand, scroll, layer
Spôsob ako to funguje		<ul style="list-style-type: none"> Reťazec: inzerent - agentúra - vydavateľ a úloha reklamného servera
Efektivita display reklamy		<ul style="list-style-type: none"> Znalosť výhod a schopnosť zosúladiť display reklamu s inými formami internetovej reklamy
Parametre displayových kampaní		<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných pojmov: capping, dayparting, dwell tim
Plánovanie display kampaní		<ul style="list-style-type: none"> Rola mediálneho plánovača a základná znalosť v oblasti interpretácie mediálneho plánovania
Dizajn v display kampaniach		<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných konceptov v oblasti produkcie online reklám (napríklad: Flash vs. HTML5, burnout efekt, dátová veľkosť)
Meranie efektívnosti a KPI		<ul style="list-style-type: none"> Interpretácia číselných údajov, schopnosť vykonávať jednoduché výpočty napríklad: "Náklady na kampaň sa rovnajú X, množstvo generovaných kliknutí sa rovná Y, vypočítať CPS"

4. SEARCH ENGINE MARKETING		Preštudujte si
Pojmy a modely týkajúce sa SEO & PPC		<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných pojmov súvisiacich so SEM, ako napr. longtail Schopnosť rozumieť súvislostiam medzi SEO a ostatnými disciplínami internetového marketingu (vrátane štruktúry trhu)
SEM / SEO / PPC – základné pojmy		<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť definovať SEM, SEO, PPC
Výsledky vyhľadávania a pozicionovanie		<ul style="list-style-type: none"> Znalosť najväčších vyhľadávačov na Slovensku a vo svete Mechanika fungovania vyhľadávača Znalosť vyhľadávača Google - indexovanie, možnosti, filtrovanie výsledkov



Správanie používateľa vo vyhľadávači	<ul style="list-style-type: none"> Základné znalosti v oblasti správania sa používateľov vo vyhľadávači
Účinnosť SEM	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť prepojiť SEM s inými disciplínami internetového marketingu
Základné pojmy	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných pojmov, ako sú: link-building, meta tagy, friendly linky Základné znalosti o štruktúre HTML kódu a jeho vzťahu k SEO (titulná stránka, príloha H1 ... H3, meta tagy, alt-text)
Systém SEO	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných faktorov ovplyvňujúcich organické umiestnenie
Optimalizácia On-page & Off-page	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných faktorov ovplyvňujúcich organické umiestnenie a ich vzájomné prepojenie so SEO On-page aj Off-page
Inbound marketing/Budovanie spätných odkazov	<ul style="list-style-type: none"> Chápanie podstaty budovania odkazov a schopnosť identifikovať činnosti súvisiace s touto oblasťou
Definícia Analytics	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť analyzovať SEO reporty a interpretovať základné ukazovatele
Kľúčové slová	<ul style="list-style-type: none"> Výber kľúčových slov a typy zhôd (vrátane negatívnych kľúčových slov), Google Keyword Tool
Bidovanie v PPC reklame	<ul style="list-style-type: none"> Podstata a mechanika fungovania Google Adwords
Copywriting v PPC reklame	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť technických a praktických pravidiel týkajúcich sa písania textov v kampaniach AdWords
Meranie efektivity a KPI's	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť systému optimalizácie reklám AdWords a schopnosť interpretovať číselné dáta z reportu

5. VIDEO REKLAMA	
Preštudujte si	
Základné pojmy	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných pojmov a klasifikácií, ako sú: lineár / nonlinear reklamy, overlay, rich media
Typy a formáty video reklamy	<ul style="list-style-type: none"> Základné formáty video reklamy: in-banner, in-stream, in-text



Webové stránky s video obsahom	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť najväčších internetových stránok s video obsahom (vrátane VOD)
Video obsah a nákupné modely	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť video obsahu a nákupných modelov pre VOD reklamu - najmä model CPV
Efektivita video reklamy	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť odkazovať na VIDEO v rôznych formách internetového marketingu.
Tvorcovia obsahu - vlogging, youtubers	<ul style="list-style-type: none"> Podstata, úloha a charakteristiky najvýznamnejších tvorcov obsahu na slovenskom internete (vloggers a youtubers) Spolupráca s tvorcami obsahu - potenciálne výhody, osvedčené postupy, efektivita
VOD (video on demand) a brandovaný obsah	<ul style="list-style-type: none"> Umiestnenie produktu vo videu; VOD video
Hybridná televízia	<ul style="list-style-type: none"> Podstata hybridnej televízie vo vzťahu k video reklamám

6. SOCIÁLNE MÉDIÁ & OBSAHOVÝ MARKETING

Preštudujte si

Základné pojmy súvisiace s webom 2.0	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných pojmov, ako napríklad: hashtag, organický reach
Platformy sociálnych médií	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť a charakteristiky najväčších platforiem sociálnych médií na Slovensku a vo svete (vrátane mobilných aplikácií)
Social listening a monitorovanie	<ul style="list-style-type: none"> Benefity a použitie social listening
Plánovanie & Publikovanie obsahu	<ul style="list-style-type: none"> Základné znalosti v oblasti správania sa používateľov vo vyhľadávači Typy interakcií na sociálnych médiách Typy obsahu na sociálnych médiách, možnosti publikovania na rôznych platformách Súťaže a aplikácie na facebooku Obsah videí Neštandardné formy obsahu
Reklamy na sociálnych sieťach	<ul style="list-style-type: none"> Možnosti a formáty reklám na sociálnych sieťach



Efektivita marketingu sociálnych médií	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť spájať marketing sociálnych médií s inými disciplínami internetového marketingu
KPI & Analytika	<ul style="list-style-type: none"> Základné metriky a ich interpretácia Znalosť analytických nástrojov (funkcionality, rozdiely a podobnosti)
Metódy, formy a nástroje na tvorbu obsahu	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných foriem, napr. odborné články, infografika, longform Schopnosť vybrať formy obsahového marketingu v závislosti od cieľa
Metódy distribúcie obsahu	<ul style="list-style-type: none"> Metódy a osvedčené postupy týkajúce sa distribúcie obsahu na webe
Natívna reklama	<ul style="list-style-type: none"> Podstata natívnej reklamy a schopnosť spájať ju s tradičnými reklamami na internete
Efektivita obsahového marketingu	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť spájať obsahový marketing s inými disciplínami internetového marketingu
Meranie efektivity	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť aplikovať základné KPI metriky na analýzu efektivity obsahového marketingu

7. MOBILNÝ MARKETING	Preštudujte si
Základné termíny a pojmy súvisiace s mobilným marketingom	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných termínov a pojmov
Efektivita mobilného marketingu	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť spájať mobilný marketing s inými disciplínami internetového marketingu
Optimalizácia webstránky pre mobilné zariadenia	<ul style="list-style-type: none"> Základné faktory, ktoré ovplyvňujú optimalizáciu webstránky na mobilné zariadenia
Mobilné aplikácie	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť rozdielov a podobností medzi natívnymi a hybridnými aplikáciami Znalosť operačných systémov pre mobilné zariadenia a ich roly
Testovanie mobilných aplikácií	<ul style="list-style-type: none"> Základná znalosť o procese vývoja a testovania mobilných aplikácií
Mobilná reklama	<ul style="list-style-type: none"> Formáty a typy mobilných reklám, ciele, geografické ciele a QR



Mobilná webstránka & Responzívny web dizajn	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť rozdielov a podobností medzi mobilnými stránkami a responzívnym dizajnom
Proximity marketing	<ul style="list-style-type: none"> Využitie geografickej polohy v mobilnej reklame iBeacons & RFID
Internet of things (IoT)	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť konceptu IoT a jeho použiteľnosť Znalosť IoT: wearables, iBeacons, NFC
Mobilná analytika	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť aplikovať základné KPI's s cieľom analyzovať efektívnosť mobilného marketingu

8. PROGRAMMATIC / RTB	Preštudujte si
Základné pojmy a koncepty	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných pojmov a konceptov, ako sú: DSP, SSP, DMP, AdExchange, passback Podobnosti, rozdiely a závislosti medzi RTB & Programmatic Podstata RTB & Programmatic
Mechanizmy a operatíva v rámci Programmatických nákupov	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť jednotlivých článkov medzi inzerentom a vydavateľom DSP, SSP, DMP a AdExchange
Bidovanie	<ul style="list-style-type: none"> Aukčný mechanizmus - vrátane pochopenia pojmov, ako sú: floor price, druhá aukčná ponuka, privátna aukcia, otvorená aukcia, preferovaný deal Formáty RTB reklamy Fakturačné modely v RTB reklame
Vyhodnotenie kampaní	<ul style="list-style-type: none"> Atribučné modely a schopnosť kriticky analyzovať výsledky kampane
Meranie efektivity	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť aplikovať základné KPIs za účelom analýzy efektivity RTB Aplikácia 1st, 2nd a 3rd pártý dát v praxi

9. E-MAIL MARKETING	Preštudujte si
Základné pojmy a koncepty	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných pojmov a konceptov, ako napríklad: permission marketing – povolenie



	zasielania e-mailov pre marketingové účely - opt-in, opt-out, double opt-in súhlasy
Plánovanie kampaní	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť nastaviť ciele a taktické aktivity týkajúce sa e-mailového marketingu
Zaznamenávanie údajov online a offline	<ul style="list-style-type: none"> Formy zberu internetových údajov - registračné formuláre a iné metódy Databáza spotrebiteľov - podstata, znalosť základných pojmov týkajúcich sa hygieny a databázového manažmentu, právne otázky. Integrácia dátových zdrojov od externých systémov a dodávateľov
Spam & Spam filtre	<ul style="list-style-type: none"> SPAM – podstata a praktické využitie poznatkov o spamových filtroch
Segmentácia	<ul style="list-style-type: none"> RFM model a iné formy segmentácie databázy Transakčné, deklaratívne a behaviorálne transakcie
Dizajn e-mailu	<ul style="list-style-type: none"> Dizajn e-mail marketingu – osvedčené postupy Newsletter vs e-mailing – rozdiely a podobnosti
Správa údajov a súkromia	<ul style="list-style-type: none"> Základné pojmy, typy a spôsob získania súhlasu na spracovanie ochrany osobných údajov
Testovanie	<ul style="list-style-type: none"> Testovanie návrhov Úloha odosielateľa, názov a dizajn pre efektívny e-mailmarketing
Nástroje e-mail marketingu	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť najväčších e-mailových marketingových nástrojov
Benchmarks a efektivita e-mailového marketingu	<ul style="list-style-type: none"> Schopnosť uplatňovať základné KPI metriky na analýzu efektivity kampaní Znalosť a interpretácia špecializovaných ukazovateľov v e-mail marketingu, ako sú: Open rate (OR), CTOR

10. E-COMMERCE

Preštudujte si

Základné pojmy a koncepty o e-commerce	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných pojmov a konceptov, ako je napríklad m-commerce, porovnávanie cien, online obchod, ZMOT
E-commerce trh na Slovensku	<ul style="list-style-type: none"> Veľkosť, štruktúra a trhové tendencie e-commerce na Slovensku



	<ul style="list-style-type: none"> • Najdôležitejšie tendencie formujúce e-commerce na celom svete
Trendy a tendencie	<ul style="list-style-type: none"> • Znalosť trendov a tendencií v oblasti spotrebiteľského správania, technológie a zákazníckej skúsenosti v e-commerce, napríklad: ROPO, showrooming, click & collect, livechat
Ropo & showrooming	<ul style="list-style-type: none"> • Vplyv ROPO a showroomingu na e-commerce
M-commerce	<ul style="list-style-type: none"> • Úloha mobilných kanálov v oblasti e-commerce
E-commerce a ďalšie oblasti internetového marketingu	<ul style="list-style-type: none"> • Prepojenie e-commerce s ďalšími oblasťami internetového marketingu: automatizácia marketingu, e-mailový marketing, SEM
Právne aspekty	<ul style="list-style-type: none"> • Znalosť základných právnych predpisov ovplyvňujúcich e-commerce

11. INTERNETOVÁ ANALYTIKA / UX	Preštudujte si
Základné koncepty a nástroje súvisiace s webovou analytikou	<ul style="list-style-type: none"> • Znalosť základnej koncepcie a celkovej architektúry služby Google Analytics – napr. návštevy, miera odchodu, zdroje
Vytvorenie účtu a jeho štruktúry v službe Google Analytics	<ul style="list-style-type: none"> • Základné znalosti systému služby Google Analytics (vytváranie účtu a jeho štruktúra)
Atribúcia a tagovanie stránok	<ul style="list-style-type: none"> • Atribučné modely, tagovanie stránok, Google URL Builder, zdroje návštevnosti a médium (napr. interpretácia priamej návštevnosti z organického Google)
Ciele a konverzie	<ul style="list-style-type: none"> • Znalosť pojmu "konverzia" a schopnosť formulovať ciele v GA na základe marketingového cieľa
Google URL Builder	<ul style="list-style-type: none"> • Praktické použitie nástroja Google URL Builder
Indikátory a rozmery	<ul style="list-style-type: none"> • Znalosť základných ukazovateľov, ako sú: relácie, zobrazenia, priemerný čas strávený na webe (dôležité - musíte vedieť, že ukazovatele v angličtine a v slovenčine)



Základné pojmy a koncepty užívateľskej skúsenosti	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných pojmov a pojmov, ako sú: použiteľnosť, dostupnosť, responzivita Znalosť základných výskumných metód používaných v UX (najmä: A / B testovanie, stromový test, segregácia kariet, hĺbkové rozhovory, sledovanie klikania, sledovanie pohybu očí)
Nielsen Heuristika	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť Nielsenovej heuristiky a schopnosť aplikovať ju v analýze
Metódy a nástroje na analýzu meraní UX	<ul style="list-style-type: none"> Znalosť základných nástrojov a schopnosť vytvárať kritické závery

12. PRÁVO V MARKETINGU	Preštudujte si
Zákon o nekalej hospodárskej súťaži a reklame na webe	<ul style="list-style-type: none"> Zákon týkajúci sa boja proti nekalej hospodárskej súťaži, porovnávacia reklama, moderovanie internetových fór a iné zakázané aktivity
Tlačový zákon & internet marketing	<ul style="list-style-type: none"> Tlačový zákon z hľadiska zodpovednosti vydavateľa a inzerenta na webových stránkach
Trestný zákon & internet marketing	<ul style="list-style-type: none"> Trestný zákon týkajúci sa online reklamy
Dohody, objednávky a právna zodpovednosť v oblasti internetového marketingu	<ul style="list-style-type: none"> Základné právne otázky týkajúce sa účinnosti uzatvárania zmlúv medzi klientom a agentúrou alebo klientom a vydavateľom a zodpovednosti, ktoré sú s nimi spojené
Reklama rizikových reklamných skupín (alkohol, cigarety, lieky, hazard)	<ul style="list-style-type: none"> Legislatíva týkajúca sa reklamy na alkohol, právnych predpisov týkajúcich sa bezpečnosti potravín a výživy v reklame pre dojčenskú výživu, právnych predpisov o hazardných hrách a reklame hazardných hier, právnych predpisov týkajúcich sa ochrany zdravia proti následkom užívania tabaku a tabakových výrobkov, právnych predpisov týkajúcich sa reklamy na lieky
Reklama a marketing zameraný na deti	<ul style="list-style-type: none"> Právne aspekty týkajúce sa reklamy zameranej na deti
Aspekty týkajúce sa autorských práv na internete	