

Online marketing

Kategória obsahuje prehľad tém a štruktúru výučby jednotlivých kurzov.

Manažér online marketingu - kľúčové zručnosti

Kurz 1

Kurz Manažér online marketingu - kľúčové zručnosti je určený pre záujemcov, ktorí sa chcú stať kompetentými v oblastiach plánovania a realizácie online marketingových aktivít s cieľom zvýšenia viditeľnosti značky, návštevnosti webu, podpory predaja produktov a služieb v online pr...

Čo je digitálny marketing

- Definícia pojmu digitálny marketing Čo zahŕňa digitálny marketing Postavenie digitálneho marketingu v marketingovom mixe Výhody digitálneho marketingu Rozdiely medzi online a offline marketingom

Tvorba marketingovej stratégie

- Obsah marketingovej stratégie - od poslania k vízií - identita značky, definícia aktuálneho portfólia - produktov a služieb, určenie cieľovej skupiny, identifikácia konkurencie, prieskum trhu, stanovenie cieľov, marketingový plán, výber vhodných komunikačných kanálov

Úvod do sociálnych sietí

- Čo sú to sociálne siete Význam sociálnych sietí v komunikácii s publikom Na ktoré sociálne siete sa zamerať pri tvorbe stratégie Tvorba business profilu na sociálnych sieťach Ukážka úspešných kanálov na sociálnych sieťach

Tvorba stratégie pre sociálne siete

- Definícia cieľovej skupiny Tvorba persón Nastavenie cieľov komunikácie a kampane Výber sociálnej siete Tvorba obsahového plánu

Firemné stránky na sociálnych sieťach

- Kto je moje publikum Práca so štatistikami Nastavenie Tone of Voice Plánovanie príspevkov

Tvorba kampane na sociálnych sieťach

- Úvod do správcu reklám Vysvetlenie cieľov kampane Príprava publika kampane Vysvetlenie UTM a ich použitie Práca s Facebook pixel Tvorba ukázkovej kampane pod vedením lektora Optimalizácia kampaní Prezentácia výsledkov kampane a ich pochopenie

Komunikácia na sociálnej sieti

- Práca s firemným profilom na sociálnych sieťach Výhody použitia business managera Úvod do štatistik na sociálnych sieťach Plánovanie tvorby obsahu

Obsahová štruktúra internetovej stránky a SEO - optimalizácia pre vyhľadávče

- Definícia pojmu SEO Základné pojmy Čo sú to kľúčové slová a ich využitie pri SEO

Google - optimalizácia pre vyhľadávače

- Prečo sa SEO zameriava na Google Práca s výsledkami vyhľadávania Black-hat praktiky

On-page faktory

- Na ktoré časti webu sa zameriavame Vysvetlenie dôležitosti jednotlivých faktorov Ukážka SEO on-page dokumentu Case-studies na reálnych príkladoch

Off-page faktory

- Ako správne tvoriť SEO off-page Čo je to Linkbuilding Čo je to skóre kvality stránky

Analýza webu a kľúčových slov

- Tvorba analýzy kľúčových slov Čo je to Linkbuilding Čo je to skóre kvality stránky

Optimalizácia vybranej podstránky pod vedením lektora

- Aplikovanie kľúčových slov pri tvorbe SEO Optimalizácia on-page faktorov podstránky

Využitie Google Analytics pri SEO

- Úvod do Google Analytics Sledovanie návštevnosti stránky pomocou Google Analytics

Diskusia a otázky

- Diskusia a otázky

Kurz Manažér online marketingu - komplexné zručnosti je určený pre záujemcov, ktorí sa chcú stať kompetentými v oblastiach plánovania, realizácie a vyhodnocovania online marketingových aktivít s cieľom zvýšenia viditeľnosti značky, návštevnosti webu a konverzií. Cieľom kurzu je n...

Čo je digitálny marketing

- Definícia pojmu digitálny marketing Čo zahŕňa digitálny marketing Postavenie digitálneho marketingu v marketingovom mixe Výhody digitálneho marketingu Rozdiely medzi online a offline marketingom

Tvorba marketingovej stratégie

- Obsah marketingovej stratégie - od poslania k vízií - identita značky, definícia aktuálneho portfólia - produktov a služieb, určenie cieľovej skupiny, identifikácia konkurencie, prieskum trhu, stanovenie cieľov, marketingový plán, výber vhodných komunikačných kanálov

Úvod do sociálnych sietí

- Čo sú to sociálne siete Význam sociálnych sietí v komunikácii s publikom Na ktoré sociálne siete sa zamerať pri tvorbe stratégie Tvorba business profilu na sociálnych sieťach Ukážka úspešných kanálov na sociálnych sieťach

Tvorba stratégie pre sociálne siete

- Definícia cieľovej skupiny Tvorba persón Nastavenie cieľov komunikácie a kampane Výber sociálnej siete Tvorba obsahového plánu

Firemné stránky na sociálnych sieťach

- Kto je moje publikum Práca so štatistikami Nastavenie Tone of Voice Plánovanie príspevkov

Tvorba kampane na sociálnych sieťach

- Úvod do správcu reklám Vysvetlenie cieľov kampane Príprava publika kampane Vysvetlenie UTM a ich použitie Práca s Facebook pixel Tvorba ukázkovej kampane pod vedením lektora Optimalizácia kampaní Prezentácia výsledkov kampane a ich pochopenie

Komunikácia na sociálnej sieti

- Práca s firemným profilom na sociálnych sieťach Výhody použitia business managera Úvod do štatistik na sociálnych sieťach Plánovanie tvorby obsahu

Obsahová štruktúra internetovej stránky a SEO - optimalizácia pre vyhľadávče

- Definícia pojmu SEO Základné pojmy Čo sú to kľúčové slová a ich využitie pri SEO

Google - optimalizácia pre vyhľadávača

- Prečo sa SEO zameriava na Google Práca s výsledkami vyhľadávania Black-hat praktiky

On-page faktory

- Na ktoré časti webu sa zameriavame Vysvetlenie dôležitosti jednotlivých faktorov Ukážka SEO on-page dokumentu Case-studies na reálnych príkladoch

Off-page faktory

- Ako správne tvorí SEO off-page Čo je to Linkbuilding Čo je to skóre kvality stránky

Analýza webu a kľúčových slov

- Tvorba analýzy kľúčových slov Čo je to Linkbuilding Čo je to skóre kvality stránky

Optimalizácia vybranej podstránky pod vedením lektora

- Aplikovanie kľúčových slov pri tvorbe SEO Optimalizácia on-page faktorov podstránky

Využitie Google Analytics pri SEO

- Úvod do Google Analytics Sledovanie návštevnosti stránky pomocou Google Analytics

Úvod do Google Ads

- Aký je rozdiel medzi organickou a platenou návštevnosťou Vysvetlenie základných pojmov Založenie profilu Google Ads Analýza kľúčových slov

Google Ads

- Atribučné modely - výber správneho atribučného modelu kampane Tvorba kampane pomocou Google Ads Výber typov zhody kľúčových slov kampane Používanie symbolov v kľúčových slovách

Úvod do Google Analytics

- Predstavenie prostredia v Google Analytics Prepájanie služieb Google s Google Analytics Sledovanie cesty návštevníka webu

Google Analytics od A po Z

- Ako prepojiť E-shop s Google Analytics Tvorba a sledovanie cieľov v Google Analytics Segmentácia návštevníkov v nástroji Google Analytics Na čo slúžia konverzné funnely

Úvod do Google Tag manager

- Výhody použitia Google tag managera Implementácia kódov sledovania do Google Tag manager

Úvod do Dátového štúdia od Google

- Tvorba prehľadov dátového štúdia Práca so zdrojmi údajov Reporting pomocou Dátového štúdia

Diskusia a otázky

- Diskusia a otázky

Online marketing - tvorba marketingovej stratégie

Kurz 3

Kurz je určený všetkým, ktorí sa chcú vedieť orientovať v online marketingu a naučiť sa tvoriť marketingovú stratégiu pre úspešnú propagáciu produktov a služieb v online svete.

Čo je digitálny marketing

- Definícia pojmu digitálny marketing Čo zahŕňa digitálny marketing Postavenie digitálneho marketingu v marketingovom mixe Výhody digitálneho marketingu Rozdiely medzi online a offline marketingom

Tvorba marketingovej stratégie

- Obsah marketingovej stratégie - od poslania k vízii - identita značky, definícia aktuálneho portfólia - produktov a služieb, určenie cieľovej skupiny, identifikácia konkurencie, prieskum trhu, stanovenie cieľov, marketingový plán, výber vhodných komunikačných kanálov

Diskusia a otázky

- Diskusia a otázky

Online marketing - tvorba obsahu a správa sociálnych sietí

Kurz 4

Kurz je určený účastníkom, ktorí majú základné znalosti z online marketingu a potrebujú sa naučiť efektívne spravovať sociálne siete a zdokonaľiť v komunikácii obsahu prostredníctvom online kanálov.

Úvod do sociálnych sietí

- Čo sú to sociálne siete Význam sociálnych sietí v komunikácii s publikom Na ktoré sociálne siete sa zamerať pri tvorbe stratégie Tvorba business profilu na sociálnych sieťach Ukážka úspešných kanálov na sociálnych sieťach

Tvorba stratégie pre sociálne siete

- Definícia cieľovej skupiny Tvorba persón Nastavenie cieľov komunikácie a kampane Výber sociálnej siete Tvorba obsahového plánu

Firemné stránky na sociálnych sieťach

- Kto je moje publikum Práca so štatistikami Nastavenie Tone of Voice Plánovanie príspevkov

Tvorba kampane na sociálnych sieťach

- Úvod do správcu reklám Vysvetlenie cieľov kampane Príprava publika kampane Vysvetlenie UTM a ich použitie Práca s Facebook pixel Tvorba ukážkovej kampane pod vedením lektora Optimalizácia kampaní Prezentácia výsledkov kampane a ich pochopenie

Komunikácia na sociálnej sieti

- Práca s firemným profilom na sociálnych sieťach Výhody použitia business managera Úvod do štatistik na sociálnych sieťach Plánovanie tvorby obsahu

Diskusia a záver

- Diskusia a záver

Tvorba reklamných kampaní - Google Ads & YouTube Ads

Kurz 5

Kurz je určený účastníkom, ktorí majú predošlé skúsenosti s digitálnym marketingom a chcú sa zamerať na efektívnu tvorbu reklamných kampaní.

Úvod do Google Ads

- Čo je to Google Ads Definícia základných pojmov Čo je to PPC reklama a jej fungovanie Druhy PPC reklamy Čo je to cena za klik

Založenie a základné nastavenia reklamného účtu

- Založenie reklamného účtu Prevedenie nastavením reklamného účtu Zapnutie expertného módu v Google Ads a popis jeho prostredia

Vytvorenie reklamnej kampane

- Analýza kľúčových slov Výber vhodných kľúčových slov pre kampaň Vytvorenie ukážkovej kampane

Správa kampaní

- Nastavenie a sledovanie výkonnosti kampane Optimalizácia kampaní Sledovanie vyhľadávacích dopytov Testovanie biddingu, reklám a cielenia

Hagakure

- Čo je to hagakure Ako vyzerá štruktúra reklamného účtu hagakure

YouTube Ads

- Úvod do YouTube reklamy Formáty YouTube Ads Typy kampaní Modely platieb pri YouTube reklamách Prepojenie účtu Google Ads a kanála YouTube

Diskusia a otázky

- Diskusia a otázky

Online marketing - tvorba digitálnych kampaní s AI

Kurz 6

Kurz je určený účastníkom majú praktické skúsenosti s komunikáciou prostredníctvom online kanálov a potrebujú sa naučiť rozhodovať pomocou dát, aby zvládli efektívne nastavenie online marketingovej stratégie pri tvorbe kampaní s využitím AI.

Úvod do Google Ads

- Aký je rozdiel medzi organickou a platenou návštevnosťou Vysvetlenie základných pojmov Založenie profilu Google Ads Analýza kľúčových slov

Google Ads

- Atribučné modely - výber správneho atribučného modelu kampaňe Tvorba kampane pomocou Google Ads Výber typov zhody kľúčových slov kampane Používanie symbolov v kľúčových slovách

Úvod do Google Analytics

- Predstavenie prostredia v Google Analytics Prepájanie služieb Google s Google Analytics Sledovanie cesty návštevníka webu

Google Analytics od A po Z

- Ako prepojiť E-shop s Google Analytics Tvorba a sledovanie cieľov v Google Analytics Segmentácia návštevníkov v nástroji Google Analytics Na čo slúžia konverzné funnely

Úvod do Google Tag manager

- Výhody použitia Google tag managera Implementácia kódov sledovania do Google Tag manager

Úvod do Dátového štúdia od Google

- Tvorba prehľadov dátového štúdia Práca so zdrojmi údajov Reporting pomocou Dátového štúdia

Diskusia a otázky

- Diskusia a otázky

SEO optimalizácia pre vyhľadávače

Kurz 7

Kurz je určený pre účastníkov, ktorý začínajú s digitálnym marketingom a chcú sa zdokonaľiť v postupoch, metódach a stratégiách, pomocou ktorých sa web stránky zviditeľnia vo vyhľadávačoch.

Čo je to SEO

- Definícia pojmu SEO Základné pojmy Čo sú to kľúčové slová a ich využitie pri SEO

Google - optimalizácia pre vyhľadávače

- Prečo sa SEO zameriava na Google Práca s výsledkami vyhľadávania Black-hat praktiky

On-page faktory

- Na ktoré faktory sa zamerať pri tvorbe WEB-u Úvod do SEO Tvorba základného technického auditu webu Na ktoré časti webu sa zameriavame Vysvetlenie dôležitosti jednotlivých faktorov Ukážka SEO on-page dokumentu Case-studies na reálnych príkladoch

Off-page faktory

- Ako správne tvoríť SEO off-page Čo je to Linkbuilding Čo je to skóre kvality stránky

Analýza webu a kľúčových slov

- Tvorba analýzy kľúčových slov Čo je to Linkbuilding Čo je to skóre kvality stránky

Optimalizácia vybranej podstránky pod vedením lektora

- Aplikovanie kľúčových slov pri tvorbe SEO Optimalizácia on-page faktorov podstránky

Využitie Google Analytics pri SEO

- Úvod do Google Analytics Sledovanie návštevnosti stránky pomocou Google Analytics

Diskusia a otázky

- Diskusia a otázky