Obsah

Seznam obrázků 7
Seznam tabulek 10
Značky a symboly v učebním textu 11
Úvod 12

1. KAPITOLA: DIGITÁLNÍ MARKETING 15
1.1 Digitální marketing 16
1.2 Benefity digitálního marketingu 18
1.3 Mobilní marketing 19
1.4 E-commerce a její vztah k digitálnímu marketingu 21

2. KAPITOLA: HISTORIE A SOUČASTNOST WEBU 27
2.1 Historie webu 28
2.1.1 Web 1.0 29
2.1.2 Web 2.0 30
2.1.3 Web 3.0 32
2.1.4 Web 4.0 33
2.1.5 Web 5.0 34
2.2 Webové stránky 35
2.2.1 Fáze vývoje webu 38
2.2.2 Správa webových stránek 42

3. KAPITOLA: MARKETINGOVÝ NÁKUPNÍ TRYCHTÝŘ 49
3.1 Zákaznická cesta 50
3.2 Marketingový nákupní funnel (trychtýř) 52
3.3 Další varianty marketingových přístupů 55

4. KAPITOLA: NÁSTROJE ON-LINE KOMUNIKAČNÍHO MIXU 65
4.1 On-line komunikační mix a reklama 66
4.2 Framework SEE THINK DO CARE (STDC) 68
4.3 Představení on-line komunikačních nástrojů 76
4.3.1 Display 76
4.3.2 Marketing ve vyhledávání 91
4.3.3 E-mail marketing 104
4.3.4 Cross-channel marketing a device 123
4.3.5 Cíle a vyhodnocování kampaní 125
4.4 Zákaznická báze a její propojení s digitálním marketingem 134

5. KAPITOLA: SOCIÁLNÍ SÍTĚ 145
5.1 Představení sociálních sítí 146
5.2 Obsah na sociálních sítích 151
5.3 Reklama na sociálních sítích 152
5.3.1 Vyhodnocování aktivit na sociálních sítích 155
5.4 Správa sociálních sítí a příprava obsahu 156
5.5 Stinná stránka sociálních sítí 157
5.6 Influencer marketing 158
5.6.1 Typy influencerů 159
5.6.2 Rizika spolupráce s influencery 161
5.7 Případové studie 162

6. KAPITOLA: AGENTURNÍ SPOLUPRÁCE A ROZPOČTY 167
6.1 Výběr agentury 168
6.2 Typy agentur 169
6.3 Agenturní struktura 170
6.3.1 Kampaňový rozpočet 171
6.4 Brief a jeho příprava 173
6.5 Příprava rozpočtu 174

7. KAPITOLA: GOOGLE ANALYTICS 181
7.1 Co je Google Analytics 182
7.1.1 Sběr dat 183
7.1.2 Založení Google Analytics a jeho propojení se stránkami 184
7.2 Základní pojmy a definice 186
7.2.1 Přehledy 188
7.3 Administrátor, knihovna a reporty 197
7.4 Další alternativy Google Analytics 199
7.5 Google Tag Manager 201

8. KAPITOLA: UMĚLÁ INTELIGENCE (AI) 209
8.1 Základní orientace v oblasti AI 210
8.2 Digitální marketing a AI 212
8.3 Práce s AI modely chatů 213
8.4 Etika a stinné stránky AI 217

Přílohy 220
Glosář 224
Literatura 228
Vzorový test 232