

OBSAH

PREDSLOV	5
1 INTERNETOVÁ PRÍTOMNOSŤ	7
1.1 Kategorizácia webstránok	11
1.2 Formy obsahu na internete	13
1.3 Kľúčové výkonnostné ukazovatele (KPIs)	14
2 DIZAJN A ŠTRUKTÚRA WEBSTRÁNOK	17
2.1 Proces UX a UI	18
2.2 Vyhodnocovanie používateľskej skúsenosti	20
2.3 Štruktúra webstránky	23
3 DISPLEJOVÁ REKLAMA	29
3.1 Štandardné formáty	30
3.2 Neštandardné formáty	32
4 PROGRAMATICKÝ NÁKUP	37
4.1 Proces programatického nákupu	40
4.2 Nákup mediálneho priestoru v reálnom čase	42
4.3 Praktické využitie programatického nákupu	43
5 SOCIÁLNE SIETE	47
5.1 Organický a platený zásah	50
5.2 Obsahový manažment	52
5.3 Výkonnostný manažment	56
6 INTERNETOVÉ VYHLADÁVAČE	61
6.1 Kategorizácia vyhľadávačov podľa vybraných premenných	64
6.2 Využitie kľúčových slov	69
6.3 Inzertné rozhranie internetového vyhľadávača	73
7 PRODUKTOVÉ POROVNÁVAČE A VYHLADÁVAČE	75
7.1 Funkcie PVP	76
7.2 Technické špecifiká PVP	81
7.3 Manažment PVP kampaní	83

8	OBSAHOVÝ MARKETING	85
8.1	Proces tvorby obsahového marketingu	89
8.2	Investície do obsahového marketingu	92
8.3	Životný cyklus obsahu v online prostredí	94
9	NATÍVNA REKLAMA	97
9.1	Výhody a nevýhody natívnej reklamy	99
9.2	Natívna reklama v praxi	100
10	AFFILIATE MARKETING	103
10.1	Affiliate proces	104
10.2	Affiliate transakcia	106
10.3	Modely odmeňovania v Affiliate marketingu	108
11	INFLUENCER MARKETING	111
11.1	Proces selekcie influencera	114
11.2	Formy spolupráce s influencerom	116
11.3	Marketingová typológia influencerov	117
11.4	Virtuálni influenceri	117
11.5	Influencer marketing platformy	119
12	E-MAIL MARKETING	121
12.1	Zber a získanie e-mailových databáz	124
12.2	Metriky v e-mail marketingu	125
12.3	Automatizácia e-mail marketingu	127
12.4	A/B Testovanie	129
13	INTERNETOVÉ FORMY MÉDIÍ	131
13.1	Statické médiá – text	132
13.2	Statické médiá – obrázok	133
13.3	Dynamické médiá – video	134
13.4	Dynamické médiá – audio	138
14	UMELÁ INTELIGENCIA V DIGITÁLNOH MARKETINGU	141
	ZOZNAM OBJEKTOV	151
	BIBLIOGRAFICKÉ ODKAZY	153