

EUROPEAN COMPUTER DRIVING LICENCE / INTERNATIONAL COMPUTER DRIVING LICENCE - Digital Marketing SYLABUS 1.0 (M17)



ECDL
European Computer
Driving Licence

Upozornění:

Oficiální znění ECDL/ICDL Sylabu Digital Marketing 1.0 je publikováno na webových stránkách ECDL Foundation - www.ecdl.org a jeho lokalizovaná verze na webových stránkách pracovní skupiny ECDL-CZ - www.ecdl.cz.

Přes veškerou péči, kterou ECDL Foundation (vlastník práv konceptu ECDL) a ČSKI (národní licenciát) věnovaly přípravě a lokalizaci této publikace, ECDL Foundation ani ČSKI neručí za kompletnost informací v ní obsažených a také nezodpovídají za jakékoli chyby, vynechaný text, nepřesnosti, ztrátu nebo poškození informací, instrukcí či pokynů v této publikaci obsažených. Tato publikace nesmí být reprodukována jako celek ani po částech bez předchozího souhlasu vlastníků práv. ECDL Foundation může na základě vlastní úvahy a kdykoli bez ohlášení provádět jakékoli změny.

Copyright 2016 ECDL Foundation Ltd., lokalizace 2017 ČSKI, ref: ICDL Digital Marketing- Syllabus - V1.0

Sylabus modulu č. 17 programu ECDL Core - Digitální marketing (Digital Marketing), definuje základní rozsah teoretických znalostí a praktických dovedností potřebných k běžným činnostem v oblasti digitálního marketingu. Znalosti a dovednosti obsažené v tomto sylabu jsou nutné pro úspěšné složení ECDL zkoušky z tohoto modulu.

Cíle modulu

Modul 17

Úspěšní absolvent zkoušky z tohoto modulu by měl ...

- Rozumět hlavním principům digitálního marketingu včetně výhod, omezení a plánování.
- Vědět, že existují různé formy prezentace na internetu, umět správně volit klíčová slova pro optimalizaci vlastností prezentací pro internetové vyhledávače.
- Vědět, že existují různé typy sociálních médií, umět využívat a spravovat nejběžnější z nich.
- Chápat, jak mohou nástroje pro správu sociálních médií účinně pomoci v oblasti propagace a získávání potenciálních klientů.
- Používat nástroje pro správu sociálních médií pro plánování příspěvků a pro nastavování upozornění na aktivity a komentáře klientů.
- Chápat různé techniky digitálního marketingu a online reklamy včetně využívání vyhledávačů, elektronické pošty nebo mobilních technologií.
- Umět používat jednoduché analytické nástroje pro sledování a zvyšování účinnosti marketingových kampaní.

KATEGORIE

OBLAST ZNALOSTÍ

ODKAZ

ROZSAH ZNALOSTI

17.1 Základy digitálního marketingu

17.1.1 Základní pojmy

17.1.1.1

Rozumět pojmu Digitální marketing.

17.1.1.2

Rozlišovat základní oblasti a druhy digitálního marketingu jako jsou: obsahový marketing, marketing v sociálních médiích, e-mail marketing, mobilní marketing, partnerský marketing, marketing vyhledávačů (SEM), optimalizace pro vyhledávání (SEO), grafická online reklama a marketingová analytika.

17.1.1.3

Rozeznávat základní cíle digitálního marketingu jako jsou: zvyšování povědomí o značce, získávání potenciálních klientů (lead generation), zvyšování prodeje, informování klientů, zlepšování služeb klientům, přímé zapojení klientů, zvyšování návštěvnosti stránek a rozpoutání diskuze o propagovaném tématu.

17.1.1.4

Chápat výhody digitálního marketingu jako jsou: nízké náklady, snadné sledování a měření dosaženého pokroku, širší demografický dosah, vyšší přímé zapojení klientů oproti tradičnímu marketingu, pokrytí mobilních uživatelů.

17.1.1.5

Chápat omezení digitálního marketingu jako jsou: absence osobního kontaktu, možné obtěžování klientů, náročnost profesionálního řízení, nevhodnost pro některé typy produktů a služeb.

17.1.1.6

Vědět, které hlavní zákonné normy a právní předpisy na území České republiky regulují oblast digitálního marketingu a zpracovávání osobních údajů klientů.

17.1.2 Plánování

17.1.2.1

Znát základní prvky strategie digitálního marketingu jako jsou: sladění s obchodními a marketingovými cíli, výběr cílové skupiny, analýza konkurence, výběr vhodné platformy, plánování a tvorba obsahu, zajištění finančních zdrojů a reportování.

17.1.2.2

Uvědomovat si, že prezentace na internetu by měla být v souladu s firemní identitou a firemním stylem.

17.1.2.3

Rozeznávat různé komponenty obsahu používaného pro zvýšení návštěvnosti stránek a posílení přímého zapojení klientů jako jsou: infografika, mémy, videa, návody, recenze produktů, osvědčení, seznamy, bílé knihy (white papers).

17.1.2.4

Vědět, proč je důležité řídit přístup a mít jasná pravidla pro zaměstnance, kteří využívají technologie a výsledky digitálního marketingu.

KATEGORIE	OBLAST ZNALOSTÍ	ODKAZ	ROZSAH ZNALOSTI
17.2 Prezentace na internetu	17.2.1 <i>Formy prezentace na internetu</i>	17.2.1.1	Znát různé formy prezentace na internetu jako jsou: firemní katalogy, různá sociální média, webové prezentace, internetové obchody, webové prezentace přizpůsobená pro přístup z mobilních zařízení, webové a mobilní aplikace.
		17.2.1.2	Znát hlavní kroky pro vytvoření webové prezentace, jako jsou: registrace vhodné domény, zajištění umístění webové prezentace (web hosting), návrh a vytvoření webové prezentace, propagace webové prezentace.
		17.2.1.3	Rozumět pojmu redakční systém, resp. systém pro správu obsahu (CMS).
	17.2.2 <i>Webová prezentace</i>	17.2.2.1	Znát typické součásti webové prezentace jako jsou: úvodní stránka, informace o společnosti, kontaktní informace, novinky, popis produktů nebo služeb, vyhledávání, stránka pro podporu elektronického obchodování, mapa stránek.
		17.2.2.2	Rozumět pojmům používaných při návrhu webových stránek jako jsou: uživatelské rozhraní (UI), responzivní design, přístupnost, optimalizace stránek z hlediska rychlosti načítání, kompatibilita s webovými prohlížeči.
		17.2.2.3	Znát osvědčené praktické postupy pro tvorbu obsahu webové prezentace jako jsou: přizpůsobení obsahu potřebám klientů, jasná a stručná sdělení, používání vhodných klíčových slov, sladění s firemní identitou, používání kvalitních fotografií a videí ve vhodném formátu, pravidelná aktualizace obsahu.
		17.2.2.4	Znát různé nástroje a metody používané pro propagaci webových prezentací jako jsou: sociální média, online reklama, odkazy z jiných stránek, odkazy v elektronické poště, zaregistrování do vyhledávačů, tištěné materiály.
	17.2.3 <i>Optimalizace pro vyhledávání</i>	17.2.3.1	Rozumět pojmu optimalizace pro vyhledávání (SEO).
		17.2.3.2	Rozumět pojmu klíčové slovo. Umět vytvořit seznam vhodných klíčových slov pro optimalizaci obsahu webových stránek a sociálních médií.
		17.2.3.3	Znát význam anglických pojmů: page title, URL, description tag, meta tag, headings, alternative text a chápat jejich důležitost pro optimalizaci vyhledávání (SEO).
17.3 Nastavování sociálních médií	17.3.1 <i>Typy sociálních médií</i>	17.3.1.1	Rozumět pojmům sociální média a sociální sítě, znát nejběžnější typy sociálních médií a jejich zaměření.
		17.3.1.2	Znát základní prvky marketingové kampaně na sociálních médiích jako jsou: výběr vhodného sociálního média pro danou cílovou skupinu, plánování a tvorba vhodného obsahu, sledování a vyhodnocování účinnosti kampaně.
	17.3.2 <i>Účty na sociálních médiích</i>	17.3.2.1	Rozumět pojmu profil na sociálním médiu. Rozlišovat mezi různými typy profilů jako jsou: osobní, firemní, skupinový, událostní.
		17.3.2.2	Umět vytvořit a upravit firemní profil na sociálním médiu, například změnit obrázky nebo kontaktní informace a informace o firmě.
		17.3.2.3	Znát běžné úkony používané na sociálních médiích jako jsou: příspěvky, komentování, sdílení, lajkování, tagování, hashtagování.
		17.3.2.4	Umět vytvářet, upravovat a mazat různé typy příspěvků na sociálních médiích jako jsou: novinky, události, ankety a nabídky.
17.4 Správa sociálních médií	17.4.1 <i>Nástroje pro správu sociálních médií</i>	17.4.1.1	Znát nejběžnější nástroje pro správu sociálních médií a vědět k čemu slouží.
		17.4.1.2	Rozumět pojmu plánování příspěvků. Umět naplánovat příspěvek.
	17.4.2 <i>Marketingové a propagační aktivity</i>	17.4.2.1	Znát význam pojmu influencer. Chápat důležitost influencerů pro úspěch marketingové aktivity pro vybranou cílovou skupinu.

KATEGORIE	OBLAST ZNALOSTÍ	ODKAZ	ROZSAH ZNALOSTI
		17.4.2.2	Rozumět pojmu cílová skupina. Chápat důležitost přizpůsobení obsahu marketingové aktivity potřebám konkrétní cílové skupiny.
		17.4.2.3	Rozumět pojmu video marketing. Chápat důležitost videa v propagační kampani.
		17.4.2.4	Rozumět pojům recenzí a referencí. Chápat jejich důležitost ve firemní prezentaci na webových stránkách a sociálních médiích.
		17.4.2.5	Rozumět pojmu zkracovač URL odkazů (URL shortener). Umět používat URL zkracovač.
		17.4.2.6	Rozumět pojmu virální šíření. Uvědomovat si jeho důležitost v propagační kampani a jeho základní vlastnosti jako jsou: vtipnost, originalita, schopnost oslovit cílovou skupinu, schopnost rozpoutat diskusi.
		17.4.2.7	Znát osvědčené praktické postupy pro tvorbu poutavého obsahu na sociálních médiích jako jsou: pravidelnost příspěvků, přizpůsobení obsahu příspěvků cílové skupině, vycházení z obdobného obsahu ze známých sociálních médií, využívání soutěživosti, používání fotografií, obrázků a videí.
	17.4.3 <i>Přímé zapojení klientů, získávání potenciálních klientů a prodej</i>	17.4.3.1	Znát osvědčené praktické postupy v marketingu na sociálních médiích jako jsou: včasné a vhodné reakce na připomínky a stížnosti, dodatečné získávání zpětné vazby od klientů.
		17.4.3.2	Umět nastavit profil na sociálním médiu tak, aby byl vlastník profilu upozorněn na aktivity nebo komentáře potenciálního klienta.
		17.4.3.3	Rozumět termínu výzva k akci (call to action) a znát běžné příklady jako jsou: vyžádejte si cenovou nabídku, zaregistrujte se, kupte právě teď, stáhněte si naši aplikaci. Uvědomovat si důležitost pro získávání potenciálních klientů.
17.5 Digitální marketing a online reklama	17.5.1 <i>Online reklama</i>	17.5.1.1	Znát některé běžné příklady platform, které využívají marketing ve vyhledávačích (SEM).
		17.5.1.2	Znát některé běžné příklady platform, které využívají online reklamu.
		17.5.1.3	Znát různé druhy online reklamy jako jsou: plovoucí okna (floating), vyskakující okna (pop-up), videa, obrázky, reklamní proužky (banner), texty.
		17.5.1.4	Rozumět termínu placený příspěvek. Chápat význam placených příspěvků pro zvyšování zájmu na sociálních médiích.
	17.5.2 <i>E-mail marketing</i>	17.5.2.1	Znát běžně používané webové aplikace pro e-mail marketing.
		17.5.2.2	Umět vytvořit účet v běžných webových aplikacích pro e-mail marketing.
		17.5.2.3	Umět vytvořit, upravovat, mazat seznam kontaktů v aplikaci pro e-mail marketing.
		17.5.2.4	Umět vytvořit kampaň, vybrat šablonu v aplikaci pro e-mail marketing.
		17.5.2.5	Umět naplánovat odeslání a posílat e-maily v aplikaci pro e-mail marketing.
		17.5.2.6	Vědět, že je možné vyžádat si zaslání obchodních sdělení a že je možné se ze zaslání odhlásit.
	17.5.3 <i>Mobilní marketing</i>	17.5.3.1	Znát základní důvody pro použití mobilního marketingu, jako jsou: přístup k většímu množství potenciálních klientů, využití informací o poloze potenciálních klientů.
		17.5.3.2	Rozumět termínu mobilní aplikace a vědět, že mohou být využity pro propagaci produktů a služeb, nabídky a pro nakupování.

KATEGORIE	OBLAST ZNALOSTÍ	ODKAZ	ROZSAH ZNALOSTI	
17.6 Analýza v digitálním marketingu	17.6.1 Úvod	17.5.3.3	Uvědomovat si, co je nutné zvažovat při kampani mobilního marketingu, například: optimalizovat stránky pro přístup z mobilních zařízení, volit vhodná klíčová slova pro mobilní zařízení, přizpůsobit vzhled online reklamy.	
		17.5.3.4	Znát možné formy reklamy v mobilních zařízeních, jako jsou: videoreklama, reklama ve vyhledávačích, grafická online reklama, reklama na sociálních médiích, reklama v mobilních aplikacích.	
	17.6.2 Analýza webových stránek	17.6.1.1	Rozumět pojmu analýza v digitálním marketingu. Chápat důležitost analýzy pro vyhodnocování účinnosti marketingové kampaně.	
		17.6.1.2	Umět vytvořit účet v analytickém nástroji.	
		17.6.1.3	Umět s pomocí analytického nástroje vytvořit report o výsledcích marketingové kampaně na webových stránkách, na sociálních médiích, pro kampaň vedenou elektronickou poštou a pomocí online reklamy. Umět exportovat zprávu do souboru CSV.	
		17.6.1.4	Umět naplánovat odesílání reportu z analytického nástroje prostřednictvím elektronické pošty.	
		17.6.1.5	Rozumět pojmu A/B testování (split testing). Chápat význam A/B testování při měření úspěšnosti e-mailové kampaně a online reklamy.	
	17.6.3 Analýza chování uživatelů sociálních médií	17.6.2.1	Rozumět pojmu návštěvnost webu (web traffic) a vědět, že je důležitá kvalita návštěvnosti (doba setrvání na stránkách, počet zobrazených stránek, ...).	
		17.6.2.2	Rozumět běžně používaným výrazům jako jsou: unikátní návštěvník, četnost zobrazení reklamy, četnost kliknutí, míra okamžitého opuštění stránky, míra konverze návštěvníků, míra prokliku reklamy, původ návštěvníků.	
		17.6.2.3	Znát běžné analytické nástroje pro analýzu webových stránek.	
	17.6.4 Analýza e-mailového marketingu a online reklamy	17.6.3.1	Rozumět termínu insight v oblasti sociálních médií. Umět analyzovat vliv marketingových aktivit na chování uživatelů sociálních médiích.	
		17.6.3.2	Znát pojmy související s chováním uživatelů sociálních médií jako jsou: míra zapojení uživatelů, počet přečtení nebo zhlédnutí příspěvku, počet zmínění nebo označení příspěvku, trendy, sdílení příspěvku.	
		17.6.3.3	Znát nejběžnější nástroje pro analýzu chování uživatelů sociálních médií.	
		17.6.4.1	Rozumět běžným pojmům e-mailového marketingu jako jsou: míra otevřenosti zprávy, míra prokliku reklamy, míra okamžitého opuštění stránky, odhlášení odběru, celkový počet přihlášených odběrů.	
			17.6.4.2	Rozumět běžným pojmům používaným v online reklamě jako jsou: platba za proklik (PPC), cena za tisíc zobrazení (CPM), cena za akvizici (CPA) a cena za konverzi (CPC).