

# 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](http://www.ecdl.org) a jeho lokalizovaná verze na webových stránkách pracovní skupiny ECDL-CZ - [www.ecdl.cz](http://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, jeho výhodám, omezením a plánování.
- Vědět, že existují různé formy prezentace na internetu, umět správně volit klíčová slova pro optimální vyhledávání internetových prezentací.
- 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 vyvolávání zájmu potenciálních klientů.
- Používat služby pro správu nejběžnějších sociálních médií pro plánování příspěvků a pro nastavování upozornění na aktivity a komentáře klientů.
- Chápat různé možnosti 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 druhy nebo součásti digitálního marketingu jako jsou: obsahový marketing, marketing na sociálních médiích, e-mail marketing, mobilní marketing, partnerský marketing, marketing ve vyhledávačích (SEM), optimalizace pro vyhledávače (SEO), online reklama a marketingová analytika.

## 17.1.1.3

Rozeznávat základní cíle digitálního marketingu jako jsou: zvyšování povědomí o značce, vyvolávání zájmu 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 míra přímého 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 činnosti marketingové strategie jako jsou: sladění s obchodními a marketingovými cíli, výběr vhodné cílové skupiny, analýza konkurence, výběr vhodného nástroje nebo služby, 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 používané 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 stanovit jasná pravidla pro zaměstnance, kteří pracují v oblasti digitálního marketingu a mají přístup k jeho výsledkům.

KATEGORIE	OBLAST ZNALOSTÍ	ODKAZ	ROZSAH ZNALOSTI	
17.2 Prezentace na internetu	17.2.1 Možnosti prezentace na internetu	17.2.1.1	Znát různé možnosti prezentace na internetu jako jsou: firemní katalogy, různá sociální média, webové prezentace, internetové obchody, mobilní webové prezentace, 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 Webová prezentace	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), zkušenost uživatele (UX), 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 cílové skupiny, 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 Optimalizace pro vyhledávače	17.2.3.1	Rozumět pojmu optimalizace pro vyhledávače (SEO).	
		17.2.3.2	Rozumět pojmu klíčové slovo. Umět vytvořit seznam vhodných klíčových slov pro optimální vyhledávání webových stránek a profilů na sociálních sítích.	
		17.2.3.3	Znát význam pojmů: URL adresa, název stránky, nadpis, obsah, alternativní text a chápat jejich důležitost pro vyhledávání.	
	17.3 Sociální média	17.3.1 Typy sociálních médií	17.3.1.1	Rozumět pojmům sociální média a sociální sítě, znát nejběžnější typy sociálních sítí a jejich zaměření.
			17.3.1.2	Znát základní prvky marketingové kampaně na sociálních médiích jako jsou: výběr vhodného sociálního média pro určitou cílovou skupinu, plánování a vytváření vhodného propagačního obsahu, sledování a vyhodnocování účinnosti kampaně.
17.3.2 Profily na sociálních sítích		17.3.2.1	Rozumět pojmu profil na sociální síti. Rozlišovat mezi různými typy profilů jako jsou: osobní, firemní, skupinový, událostní.	
		17.3.2.2	Umět vytvořit a upravit firemní profil na sociální síti, například změnit obrázky nebo kontaktní informace a informace o firmě.	
		17.3.2.3	Znát běžné úkony používané na sociálních sítích jako jsou: příspěvky, komentování, sdílení, lajkování, hashtagování.	
		17.3.2.4	Umět vytvářet, upravovat a mazat různé typy příspěvků na sociálních sítích jako jsou: novinky, události, ankety a nabídky.	
17.4 Správa sociálních médií	17.4.1 Služby pro správu sociálních médií	17.4.1.1	Znát nejběžnější služby nebo nástroje pro správu sociálních médií a vědět k čemu slouží.	
		17.4.1.2	Rozumět pojmu plánování příspěvků a událostí. Umět naplánovat příspěvek a událost.	
	17.4.2 Marketingové a propagační aktivity	17.4.2.1	Znát význam anglického pojmu influencer. Chápat důležitost influencerů pro úspěch marketingové aktivity pro vybranou cílovou skupinu.	
		17.4.2.2	Rozumět pojmu cílová skupina. Chápat důležitost přizpůsobení obsahu marketingové aktivity potřebám nebo zájmům konkrétní cílové skupiny.	

KATEGORIE	OBLAST ZNALOSTÍ	ODKAZ	ROZSAH ZNALOSTI	
		17.4.2.3	Rozumět pojmu video marketing. Chápat důležitost videa v marketingové kampani.	
		17.4.2.4	Rozumět anglickým pojmům reviewer a referral. 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 a motivovat příjemce zprávy k jejímu dalšímu šíření.	
		17.4.2.7	Znát osvědčené praktické postupy pro tvorbě 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.	
		17.4.3.1	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.	
	17.4.3.3	Rozumět termínu výzva k akci (CTA) 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 Online marketing a reklama	17.4.3 Přímé zapojení návštěvníků, vyvolávání zájmu potenciálních klientů	17.5.1.1	Znát některé běžné příklady nástrojů nebo služeb, které využívají marketing ve vyhledávacích (SEM).
			17.5.1.2	Znát některé běžné příklady nástrojů nebo služeb, které zprostředkovávají online reklamu.
17.5.1.3			Znát různé druhy online reklamy jako jsou: plovoucí okna (floating), vyskakovací okna (pop-up), videa, obrázky, reklamní proužky (banner), texty.	
17.5.1.4			Rozumět termínu sponzorovaný příspěvek. Chápat význam sponzorovaných příspěvků pro zvyšování zájmu o sociální média.	
17.5.2 E-mail marketing		17.5.2.1	Znát běžně používané webové aplikace pro e-mail marketing.	
		17.5.2.2	Umět vytvořit a upravit účet v běžných webových aplikacích pro e-mail marketing. Umět se přihlásit k účtu.	
		17.5.2.3	Umět vytvořit, upravovat, mazat seznam kontaktů v aplikaci pro e-mail marketing.	
		17.5.2.4	Umět vytvořit a upravit e-mailovou kampaň, umět vybrat grafické komponenty v aplikaci pro e-mail marketing.	
		17.5.2.5	Umět naplánovat rozeslání a umět rozesílat e-maily v aplikaci pro e-mail marketing.	
		17.5.2.6	Vědět, že zaslání obchodních sdělení není možné bez souhlasu adresáta a že je možné se ze zaslání odhlásit.	
17.5.3 Mobilní marketing	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 a pro zvyšování jejich prodeje.		
	17.5.3.3	Uvědomovat si, co je nutné zvažovat při mobilní marketingové kampani, například: optimalizovat stránky pro přístup z mobilních zařízení, volit vhodná klíčová slova pro mobilní zařízení, přizpůsobit vzhled online reklamy.		

KATEGORIE	OBLAST ZNALOSTÍ	ODKAZ	ROZSAH ZNALOSTI
		17.5.3.4	Znát vhodné formy reklamy v mobilních zařízeních, jako jsou: videoreklama, reklama ve vyhledávačích, online reklama, reklama na sociálních médiích, reklama v mobilních aplikacích.
17.6 Marketingová analytika	17.6.1 Základní pojmy a činnosti	17.6.1.1	Rozumět pojmu marketingová analytika. Chápat důležitost marketingové analytiky pro vyhodnocování účinnosti marketingové kampaně.
		17.6.1.2	Umět vytvořit a upravit účet v analytickém nástroji. Umět se přihlásit k účtu.
		17.6.1.3	Umět pomocí analytického nástroje analyzovat průběh marketingové kampaně na webových stránkách, na sociálních médiích, kampaně vedené elektronickou poštou a pomocí online reklamy. Umět exportovat výsledky analýzy v různých formátech.
		17.6.1.4	Umět naplánovat odesílání výsledků analýzy 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.
	17.6.2 Webová analytika	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 pojmům běžně používaným ve webové analytice jako jsou: unikátní návštěvník, četnost zobrazení reklamy, četnost kliknutí, míra okamžitého opuštění stránky, míra konverze návštěvníků, míra prokliku reklamy (CTR), sledovací kód (tracking code), původ návštěvníků.
		17.6.2.3	Znát nejběžnější analytické nástroje používané ve webové analytice.
	17.6.3 Analytika sociálních médií	17.6.3.1	Rozumět významu pojmu social media insight. Umět analyzovat vliv marketingových aktivit na chování uživatelů sociálních médií.
		17.6.3.2	Rozumět pojmům souvisejícím 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 různých sociálních sítí.
	17.6.4 E-mailová analytika a analytika online reklamy	17.6.4.1	Rozumět pojmům běžně používaným v e-mailové analytice jako jsou: míra otevřenosti zprávy, míra prokliku reklamy, míra okamžitého opuštění stránky, odhlášení odběru, celkový počet přihlášených odběrů.
17.6.4.2		Rozumět pojmům běžně používaným v analytice online reklamy jako jsou: platba za proklik (PPC), cena za tisíc zobrazení (CPM), cena za akvizici (CPA) a cena za konverzi (CPC).	