

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

Modul 17 Digitální marketing

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 Uchazeč by měl být schopen...

- Rozumět hlavním principům digitálního marketingu včetně výhod, omezení a plánování.
- Vědět, že existují různé formy prezentace na internetu, umět správně volit klíčová slova k optimalizaci vlastností prezentace pro internetové vyhledávače.
- Vědět, že existují různé typy sociálních médií, umět nastavovat a používat nejběžnější z nich.
- Chápat, jak mohou nástroje pro správu a vyhodnocování sociálních médií účinně pomoci v oblasti propagace a získávání potenciálních zákazníků.
- Používat nástroje pro správu a vyhodnocování sociálních médií pro plánování příspěvků a přípravu upozornění.
- Chápat různé techniky marketingu a online reklamy včetně využívání vyhledávačů, elektronické pošty nebo mobilních technologií.
- Umět používat 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 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 zákazníků (lead generation), zvyšování prodeje, informování zákazníků, zlepšování služeb zákazníkům, přímé zapojení zákazníků a zvyšování návštěvnosti.	
		17.1.1.4	Chápat výhody digitálního marketingu jako jsou: nízké náklady, snadné sledování a měření dosaženého pokroku, širší demografický dosah, vyšší přímé zapojení zákazníků oproti tradičnímu marketingu, pokrytí mobilních uživatelů.	
		17.1.1.5	Chápat omezení digitálního marketingu jako jsou: absence osobního kontaktu, digitální marketing může být obtěžující, časová náročnost na profesionální řízení, nevhodnost pro některé typy produktů.	
		17.1.1.6	Znát hlavní zákonné normy a předpisy, které platí v oblasti digitálního marketingu na území České republiky.	
	17.1.2 Plánování	17.1.2.1	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 musí být v souladu s firemní identitou a firemním stylem.
			17.1.2.3	Rozeznávat různé komponenty obsahu používaného pro zvýšení návštěvnosti a posílení přímého zapojení zákazníků jako jsou: infografika, mémy, videa, návody, recenze produktů, osvědčení, seznamy, bílé knihy (white papers).
			17.1.2.4	Vědět, proč je důležité řídit a spravovat přístup zaměstnanců k technologiím a výsledkům digitálního marketingu.
17.2 Prezentace na internetu	17.2.1 Formy prezentace na internetu	17.2.1.1	Znát různé formy prezentace na internetu jako jsou: firemní katalogy, různá sociální média, webová prezentace, internetové obchody, webová prezentace přizpůsobená pro přístup z mobilních zařízení, internetové a mobilní aplikace.	

KATEGORIE	OBLAST ZNALOSTÍ	ODKAZ	ROZSAH ZNALOSTI
		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 prohlížeči.
		17.2.2.3	Znát osvědčenou praxi pro tvorbu obsahu webové prezentace jako jsou: přizpůsobení obsahu potřebám zákazníka, 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 webových stránek nebo obsahu 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 pojmu sociální média, znát hlavní využití běžných typů sociálních médií a nejběžnější sociální sítě.
		17.3.1.2	Znát základní prvky marketingové kampaně v sociálních médiích jako jsou: výběr vhodného sociálního média pro 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 nabídka.
17.4 Správa a vyhodnocování sociálních médií	17.4.1 <i>Služby pro správu a vyhodnocování sociálních médií</i>	17.4.1.1	Rozumět pojmu služba pro správu sociálních médií a znát nejběžnější typy služeb.
		17.4.1.2	Rozumět pojmu naplánovaný příspěvek. Umět naplánovat příspěvek na sociálním médiu.
	17.4.2 <i>Marketingové a propagační aktivity</i>	17.4.2.1	Znát význam pojmu influencer. Chápat jeho důležitost pro úspěšný marketing v dané cílové skupině.
		17.4.2.2	Rozumět pojmu cílová skupina. Chápat důležitost přizpůsobení obsahu potřebám konkrétní cílové skupiny.

KATEGORIE	OBLAST ZNALOSTÍ	ODKAZ	ROZSAH ZNALOSTI
		17.4.2.3	Rozumět pojmu video marketing. Chápat důležitost videa v propagační kampani.
		17.4.2.4	Rozumět pojmům recenze a reference. Chápat jejich důležitost ve firemní propagaci na sociálních médiích.
		17.4.2.5	Rozumět pojmu zkracovač URL odkazů (URL shortener). Umět používat URL zkracovač pro sledování návštěvnosti zkrácené URL.
		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 diskuzi.
		17.4.2.7	Znát osvědčené praktické postupy při tvorbě poutavého obsahu na sociálních médiích jako jsou: pravidelnost příspěvků, přizpůsobení obsahu příspěvků pro cílovou skupinu, vycházení z obdobného obsahu ze známých sociálních médií, využívání soutěživosti, používání fotografií, obrázků a videí.
	17.4.3 <i>Přímé zapojení zákazníků, získávání potenciálních zákazníků 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 zákazníka.
		17.4.3.2	Umět nastavit profil na sociálním médiu tak, abychom byli upozorněni na aktivity nebo komentáře potenciálního zákazníka.
		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 zákazníků.
17.5 Digitální marketing a online reklama	17.5.1 <i>Online reklama</i>	17.5.1.1	Znát některé běžné příklady platforem, které využívají marketing ve vyhledávačích (SEM).
		17.5.1.2	Znát některé běžné příklady platforem, 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 internetové aplikace pro e-mail marketing.
		17.5.2.2	Umět vytvořit účet v běžných internetových 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 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 zákazníků, využití informací o poloze potenciálních zákazníků.
		17.5.3.2	Rozumět termínu mobilní aplikace a vědět, že mohou být využity pro propagaci produktů a služeb, nabídky a pro nakupování.
		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.

KATEGORIE	OBLAST ZNALOSTÍ	ODKAZ	ROZSAH ZNALOSTI	
17.6 Marketingová analytika	17.6.1 Úvod	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.	
		17.6.1.1	Rozumět pojmu marketingová analytika. Chápat důležitost analytiky pro vyhodnocování účinnosti marketingové kampaně.	
		17.6.1.2	Umět vytvořit účet v analytickém nástroji.	
		17.6.1.3	Umět v analytickém nástroji sestavit zprávu pro marketingovou kampaň vedenou prostřednictvím webové prezentace, v sociálních médiích, pro kampaň vedenou elektronickou poštou a pomocí online reklamy. Umět exportovat zprávu do souboru CSV.	
	17.6.2 Webová analytika	17.6.1.4	Umět naplánovat odesílání zprávy 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.	
		17.6.2.1	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 běžným analytickým výrazům jako jsou: unikátní návštěvník, četnost zobrazení reklamy, četnost kliknutí, míra okamžitého opuštění stránky, míra konverze návštěvníků, míra prokliku reklamy, původ návštěvníků.	
	17.6.3 Analýza chování uživatelů sociálních médií	17.6.2.3	Znát běžné analytické nástroje pro analýzu webových stránek.	
		17.6.3.1	Rozumět termínu insight v oblasti sociálních médií. Umět analyzovat vliv marketingových aktivit na chování uživatelů sociálních médií.	
		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 uživatele nebo příspěvku, trendy, odkazy z jiných stránek.	
	17.6.4 Analytika v e-mail marketingu a online reklamě	17.6.3.3	Znát nejběžnější nástroje pro analýzu chování uživatelů sociálních médií.	
		17.6.4.1	Rozumět běžným pojmům v e-mailové analytice jako jsou: míra otevřenosti, míra prokliku reklamy, míra okamžitého opuštění stránky, odhlášení odběru, celkový počet přihlášených uživatelů.	
			17.6.4.2	Rozumět běžným pojmům v analytice online reklamy jako jsou: platba za proklik (PPC), cena za tisíc zobrazení (CPM), cena za akvizici (CPA) a cena za konverzi (CPC).