

Sylabus modulu B_MSS programu Vzdělávání sportovního managementu – Marketing na sociálních sítích (Social Media Marketing), vymezuje teoretické znalosti a praktické dovednosti základních zákonitostí v digitální oblasti marketingu sociálních sítí.

Cíle modulu

Získat znalosti úspěšného působení v oblasti digitálního marketingu a obsahu sociálních sítí, umožnit pochopit principy online marketingové komunikace pro účely efektivního řízení sportovních subjektů. Absolventi budou schopni využít základních jednotlivých nástrojů za účelem účinné optimalizace strategie v souvislostech propagace a zacílení svých aktivit na správné publikum.

Plán a výukové metody

Výuka probíhá formou přednášky s výkladem základních zákonitostí principů a volby nástrojů digitálního marketingu a sociálních sítí pro potřeby sportovních subjektů

1. Základ digitálního marketingu

- 1.1. Definice a porozumění pojmu digitální marketing
- 1.2. Základní druhy a složky digitálního marketingu
 - e-mail marketing
 - marketing ve vyhledávači
 - optimalizace ve vyhledávači
 - online analytika a reklama
- 1.3. Zákonné normy a právní předpisy České republiky regulují oblast digitálního marketingu

2. Omezení digitálního marketingu

- 2.1 Absence osobního kontaktu
- 2.2 Hrozba obtěžování klientů
- 2.3 Volba vhodné služby a produktu

3. Stanovení obsahového marketingu a jeho propagace

- 3.1. Webová prezentace
- 3.2. Search Engine Marketing - metodika tvorby obsahu webových stránek a jejich optimalizace
- 3.3. Optimalizace pro vyhledávače

4. Marketing sociálních sítí

- 4.1. Aplikace sociálních sítí a profily na sociálních sítích
 - Youtube
 - Facebook
 - Google +
 - Twitter
 - LinkedIn
- 4.2. Sociální sítě mobilních zařízení
 - Instagram

5. Strategická tvorba „značky“ v prostředí sociálních sítí

- 5.1. Procesy plánování a implementace strategie na sociálních sítích
- 5.2. Online marketingová strategie
- 5.3. Implementace sociální sítě do celkové marketingové strategie klubu
- 5.4. Inovace a inovační potenciál

DOPORUČENÁ LITERATURA

BÁRTA, Vladimír, Ladislav PÁTÍK a Milan POSTLER. *Retail marketing*. Praha: Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-207-9.

BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: prosadte se na Facebooku a Twitteru*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3320-0.

JANOUCH, Viktor. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2795-7.

KOLEKTIV AUTORŮ. *Online marketing*. Brno: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4155-7.

KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Praha: Grada, c2004. ISBN 80-247-0513-3.

KOTLER, Philip. *Marketing management*. 10. rozš. vyd. Praha: Grada, c2001. Profesionál. ISBN 80-247-0016-6.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

LINHART, Zdeněk. *Marketing*. Praha: Credit, 2003. ISBN 80-213-1011-1.

MORAVCOVÁ, Lenka. *Základy digitálního marketingu*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2017. ISBN 978-80-87839-86-7.

OLSHER, Steve. *Internetoví vizionáři: světoví experti odhalují, jak vydělávat online*. V Praze: Blue Vision, 2013. ISBN 978-80-87672-06-8.

VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Reklama: jak dělat reklamu*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2010. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3492-7.