



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Mezinárodní marketing a sociální média

Dr Kester Osahenye

CO ZÍSKÁTE STUDIEM A ABSOLVOVÁNÍM TOHOTO PŘEDMĚTU

Tento kurz poskytuje studentům podrobný pohled na sociální média a marketing, na to, jak se prolínají s online digitálním marketingem a tradiční reklamou a nabízejí globálním značkám konkurenční výhodu na trhu. Kurz poskytne studentům výhodu na mnoha pozicích v oblasti marketingu, poradenství a řízení značek, a to jak na straně kupujících, tak na straně prodávajících v oblasti sociálních médií. Díky tomu získají neobvyklý vhled do toho, jak sociální média a marketing přerůstají z neznámých značek ve značky globální.

Student by měl být schopen vytvářet účinné kampaně na sociálních sítích a digitální strategii.

- Porozumět úloze marketingu sociálních médií v integrované marketingové komunikaci
- Zaměřit se na správné publikum pro produkty / služby a znát případové studie globálních značek
- Optimalizovat vícekanálovou marketingovou kampaň pomocí strategií sociálních médií
- Vytvářet poutavý a vysoce působivý marketingový obsah a plány
- Znat optimalizaci pro vyhledávače a placenou reklamu za kliknutí
- Vytvořit e-mailové marketingové strategie, které konvertují a pomáhají při získávání zákazníků
- Znat platformu sociálních médií, kterou je třeba nasadit pro jednotlivé produkty a služby

Studiem tohoto předmětu dále získáte především možnost průběžně **konzultovat reálné problémy, případy a situace z vaší praxe** s lektorem – **expertem na danou problematiku**, a v rámci těchto konzultací pod jeho odborným vedením **zpracovat jejich řešení formou prakticky orientované případové studie** (seminární práce). Díky tomu, že konzultace neprobíhají skupinově, ale pouze přímo mezi vámi a lektorem, **můžete konzultovat i citlivé firemní záležitosti**, včetně konkrétních dat atd., bez obav ze sdílení těchto údajů s dalšími studenty.

Výstupem po absolvování tohoto předmětu je tedy cenný dokument ihned dále použitelný ve vaší firmě či zaměstnání, s vysokou přidanou hodnotou díky one-to-one konzultacím s odborníkem.



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

OBLASTI A TÉMATA, V NICHŽ MŮŽETE S LEKTORKOU KONZULTOVAT

- **Oblast 1** - Sociální média a tradiční marketing
 - **Oblast 2** - Průzkum teorií sociálních médií, online marketingu, technologií sociálních médií, jako jsou platformy např. Facebook, Twitter, Tiktok, LinkedIn, blogy, Snapchaty atd.
 - **Oblast 3** - Jak budovat marketing na sociálních sítích a sledovat jeho účinnost
 - **Oblast 4** - Globální trendy, které studentům pomohou pochopit dopady sociálních médií v marketingových hodnotových řetězcích
 - **Oblast 5** - Využití nástrojů, taktik a technik digitálního marketingu k růstu podílů na trhu atd.
- Další témata v rámci odborné působnosti lektora, po vzájemné dohodě.

ZPŮSOB ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU

Předmět je zakončen zpracováním **seminární práce**, v níž student **řeší konkrétní téma ze své praxe**, týkající se daného předmětu, případně **některé z modelových témat připravených lektorem** (viz níže). Seminární práce je zpracovávána v rozsahu **7-10 stran formátu A4**, z toho se musí jednat alespoň o **8 normostran textu**. Seminární práce je lektorem ohodnocena procentuálně, přičemž **50 % a více** znamená **úspěšné absolvování daného předmětu**.

MODELOVÁ TÉMATA SEMINÁRNÍ PRÁCE

1. Transformativní budování značky pomocí sociálních médií
2. Jak mohou sociální média změnit ekosystém placených, vlastních a získaných médií v marketingu
3. Vývoj efektivního marketingu na sociálních sítích pro produkty a služby
4. Přijetí kvalitních plánů pro sociální média při zvyšování podílu nového produktu na trhu
5. Jak zvítězit v konkurenčním marketingu pomocí marketingu sociálních médií

STUDIJNÍ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE

Podpůrné studijní materiály vypracované lektorem (dostupné online ve studijním systému).

Elektronické knihy z online knihovny Bookport od nakladatelství Grada:

“The YouTube Formula: How Anyone Can Unlock the Algorithm to Drive Views, by Derral Eves
amazonm

“Permission Marketing: Turning Strangers into Friends and Friends into Customers” by Seth Godin
Social Media Marketing Workbook 2020: by Jason McDonald Ph.D



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Ostatní studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

“Likeable Social Media,: How To Delight Your Customers, Irresistible Brand “ Dave Kerpen 2019

“The future of social media in marketing” by Gill Appel Et-al
(2020) SpriSpringer<https://link.springer.com/article/10.1007/s11747-019-00695-1>
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11747-019-00695-1>

Gil Appel, Lauren Grewal, Rhonda Hadi & Andrew T. Stephen

Journal of the Academy of Marketing Science volume 48, pages79–95 (2020)

Ostatní užitečné zdroje (videomateriály, online profesní skupiny, blogy, diskuse atd.):

Social Media Showreel on Youtube Channels, Adweek, HBS reviews on Social Media Marketing