**Dosavadní úkoly z přednášek E-marketingu**

1. **Přednáška (Obsahový marketing)**
	* Vyberte si některou ze svých oblíbených společností a **analyzujte**, jaký **obsah** dělají.
	* **Proč** podle vás dělají právě tento obsah?
	* Optikou nově nabitých znalostí – **jaký obsah by měla vaše vybraná firma dělat a proč**?
	* Pro zvolený subjekt **navrhněte obsahovou strategii a** jaký **konkrétní obsah** by měli dělat a proč. Možné subjekty: SU OPF, Petrof klavíry, hodinky Prim.
2. **Přednáška (Vývoj a současný stav forem a prostředků marketingu v interaktivním prostředí)**
	* Vyhledejte na crowdfundingovém portálu produkt nebo službu, která vás zaujme.
	* Projděte seznam nástrojů e-marketingu se kterými jste se seznámili na přednášce.
	* Navrhněte, které nástroje byste využili a proč?
	* V jakém poměru byste rozdělili celkový marketingový rozpočet?
3. **Přednáška (Produktové ekosystémy a crowdsourcing)**
	* Přemýšlejte o ekosystémech – které ekosystémy znáte kromě zmíněných Apple, Google, Microsoft?
	* Kde vzniká hodnota v ekosystémech?
	* Jak byste využili výhody ekosystému pro malou firmu v ČR?
	* Najděte české crowdfundingové portály.
	* Podívejte se na kampaně a zjistěte, proč jsou ne/úspěšné.
4. **Přednáška (Cena v onlinu)**
	* Vyberte si jakoukoliv část dnes probírané problematiky a najděte příklady na internetu, kde popíšete jak a proč to funguje, a jak by to měly využít malé české firmy.
5. **Přednáška (Online nástroje marketingové komunikace)**
	* Popřemýšlejte nad těmito příklady virálního obsahu a určete, v čem spočívá jejich virálnost?
	* [**https://www.youtube.com/watch?v=316AzLYfAzw**](https://www.youtube.com/watch?v=316AzLYfAzw)
	* **55 milionů shlédnutí**
	* [**https://www.youtube.com/watch?time\_continue=3&v=cBlRbrB\_Gnc**](https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=cBlRbrB_Gnc)
	* **13 milionů shlédnutí**
	* [**https://www.youtube.com/watch?time\_continue=2&v=ynvKWYvyCqw**](https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=ynvKWYvyCqw)
	* **20 milionů shlédnutí**
	* [**https://www.youtube.com/watch?time\_continue=1&v=FHtvDA0W34I**](https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=FHtvDA0W34I)
	* **42 milionů shlédnutí**
6. **Přednáška (Proces akvizice zákazníka na internetu)**
* **Jaké konverzní prvky můžete najít na stránce:**

<http://www.skoda-auto.cz/> a <https://www.avon.cz/>

* Proklikejte weby v rychlosti (12 minut) a vypište si poznámky
* **Vraťte se ke stránkám Škodovky a Avonu.**
* Optikou nově získaných informací o STDC modelu posuďte, kolik toho v jednotlivých fázích modelu svým zákazníkům na webu nabízí.
* Připravte případovou studii (obrázek webu, jako na přednášce, kde nastíníte jednotlivé prvky STDC), kterou vložíte také do své SP.
1. **Přednáška (Sociální média a sociální sítě)**
* Najeďte si na stránku[**http://fbalyzer.wisdomtech.sk/**](http://fbalyzer.wisdomtech.sk/)
* Vyberte si vám sympatické **odvětví**
* **Najděte 5 konkurentů** vaší oblíbené značky
* **Analyzujte** důležité parametry pro správu profilu na Facebooku
* Připravte **report**