

E-marketing



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Seminář č. 3

30. 9. 2021

CÍLE SEMINÁŘE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Zopakovat si základní pojmy z přednášky formou testových otázek
2. Pracovat na úkolu č. 1 z přednášky o obsahovém marketingu a konzultovat ho s vyučující



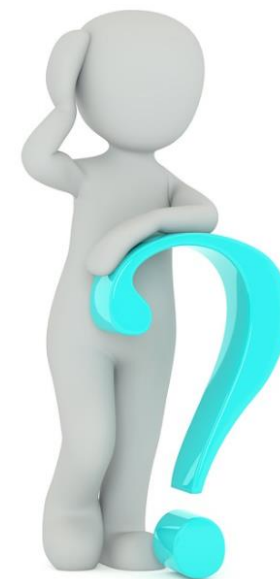
RYCHLÝ TESTÍK Z PROBRANÉ PROBLEMATIKY

Otázka č. 1: Která definice nejlépe vysvětluje obsahový marketing?

A) Obsahový marketing je způsob, kdy v rámci marketingové komunikace ukazujeme našim stávajícím a potencionálním zákazníkům obsah našich produktů.

B) Obsahový marketing je dovednost zajímavě a hodnotně komunikovat se zájemci a potencionálními zákazníky, naši nabídku, aniž bychom na ně tlačili.

C) Obsahový marketing je praktika využívána pro pravidelné a cílené poskytování informací o obsahu a složení našich produktů kupujícím.



RYCHLÝ TESTÍK Z PROBRANÉ PROBLEMATIKY

Otázka č. 2: Co je podstatou obsahového marketingu a jaké nástroje obsahového marketingu znáte?



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



RYCHLÝ TESTÍK Z PROBRANÉ PROBLEMATIKY

Otázka č. 3: Co nebo kdo je to copywriter?

A) Je to speciální software pro tvorbu reklamních textu pro marketingové využití.

B) Je to specialista zabývající se psaním a kopírováním životopisů.

C) Je to specialista, který tvoří reklamní texty pro marketingové využití a je využíván také k tvorbě obsahu v rámci obsahového marketingu.



RYCHLÝ TESTÍK Z PROBRANÉ PROBLEMATIKY



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Otázka č. 4: K čemu používáme microsite?

A) Jedná se o jednoduchý web, který slouží pro jednu konkrétní prezentaci. Například pro prezentaci třeba jen 1 produktu z portfolia, pomocí jiného grafického stylu, na vlastní doméně.

B) Je to síť, která slouží pro copywritery, primárně pro zlepšování a zkvalitňování jejich psaných textů v rámci marketingové komunikace nebo tvorbě obsahu v rámci obsahového marketingu.

C) Microsite používáme jako způsob, jak propagovat náš web jinak pomocí jiného stylu prezentace.



ZADÁNÍ ÚKOLU z přednášky „Obsahový marketing“



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Vyberte si některou ze svých oblíbených společností a **analyzujte**, jaký **obsah** dělají.
2. **Proč** podle vás dělají právě tento obsah?
3. Optikou nově nabitých znalostí – **jaký obsah by měla vaše vybraná firma dělat a proč?**
4. Pro zvolený subjekt **navrhněte obsahovou strategii** a jaký **konkrétní obsah** by měli dělat a proč. Možné subjekty: SU OPF, Petrof klavíry, hodinky Prim.



**Děkuji za
pozornost
a přeji pěkný
den**

