

OBSAH

1. Úvod	11
1.1 Umělá inteligence	16
2. Vývoj telekomunikací v ČR a ve světě	19
2.1 Vývoj používaných technologií	19
2.2 Technologie možné k nasazení v nových kmitočtech	22
2.3 Budoucí vývoj v telekomunikacích	23
3. Nové manažerské funkce	25
3.1 Manažer chaosu	25
3.2 Manažer virtuální reality	26
3.3 Manažer komunity robotů a inteligentních systémů	27
3.4 Manažer etiky a společenské odpovědnosti	27
4. Prognóza vývoje Internetu	31
4.1 Internetová populace a její vývoj	31
4.2 Internet věcí	33
5. Internetový marketing	36
5.1 Technologické trendy internetového marketingu	36
5.1.1 Sociální sítě	37
5.1.2 Placené vyhledávání (PPC)	38
5.1.3 Optimalizace pro vyhledávače (SEO)	39
5.1.4 Integrace marketingových kampaní	41
5.1.5 E-mail marketing	43
5.1.6 Blogy	43
5.1.7 Vyhledávač Bing	44
5.1.8 Názor zákazníka	44
5.1.9 Měření marketingových kampaní	46
5.1.10 Vyhledávání v reálném čase	48
5.1.11 Digitální stopa	49
5.1.12 Online video	49
5.2 Analýza marketingových trendů	51
5.2.1 Trendy v mediálním sektoru	51
5.2.2 Sbližování televize a Internetu	52
5.2.3 Hudba jako služba	52
6. Mobilní marketing	54
6.1 Mobilní marketing ve světě	54
6.2 Mobilní marketing v ČR	55
6.3 Zhodnocení výhod a nevýhod mobilního marketingu	55
6.4 Geomarketing	56
6.5 QR kód	56

6.6	Mobilní platby (NFC)	57
6.7	Rozšířená realita	59
6.8	Guerilla marketing	59
6.9	Virální marketing	60
6.10	Event marketing	61
6.11	Orientace na úspory a efektivitu marketingových investic	62
6.12	Neuromarketing	63
7.	Aplikace v segmentu telekomunikací	65
7.1	Tržní podíl operátorů	65
7.2	Analýza konkurence odvětví (Porterův model)	67
7.3	Analýza konkurentů (strategická mapa)	67
7.4	Vodafone	68
7.4.1	SWOT analýza	69
7.4.2	Internetový marketing	70
7.4.3	Média marketing	74
7.4.4	Mobilní marketing	75
7.5	T-Mobile	75
7.5.1	SWOT analýza	76
7.5.2	Mobilní marketing	77
7.5.3	NFC technologie	79
7.5.4	Internetový marketing	79
7.5.5	Média marketing	81
7.6	Telefónica O2	82
7.6.1	SWOT analýza	83
7.6.2	Mobilní marketing	83
7.6.3	Internetový marketing	84
7.6.5	Média marketing	86
8.	Závěry	88
8.1	Microsoft	91
8.2	Oracle	92
8.3	SAP	92
8.4.	IBM	93
9.	Případová studie	95
9.1	Technologie a sport v minulosti	95
9.2	Technologie a sport v současnosti	97
9.3	Shrnutí	100
	Literetura	101