Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/21bdMARK017/21
Názov predmetu	marketingová informatika
Rozsah	2C
Počet kreditov	4
Vyučujúci	Ing. Tomáš Fašiang, PhD., MSc. (prednášajúci), doc. Ing. Andrej Trnka, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie: vypracovanie praktického zadania (test). 100% hodnotenia tvorí záverečný test. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie (t.j. max. 4 vyučovacie hodiny). V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na seminároch (Pozri Študijný poriadok UCM, § 13). Študent s individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať na konci semestra extra seminárnu prácu na vymedzenú tému. V prípade vymeškania viac ako polovice seminárov nie je možné sa zúčastniť skúšky a tento predmet ukončiť. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov. Záverečná hodnotiaca stupnica: 100% – 92% =A 91% - 83% =B 82% – 74% =C 73% – 65% =D 64% - 56% =E 55% a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

• osvojí si prácu s tabuľkovým editorom MS EXCEL v kontexte spracovania údajov,
• oboznámi sa s možnosťami využitia tabuľkového editora MS EXCEL, tvorbou vzorcov, využitím funkcií a princípmi adresovania,
• osvojí si aj základné spracovanie, triedenie a filtrovanie údajov, pokročilejšia práca s údajmi bude prezentovaná prostredníctvom problematiky kontingenčných tabuliek a podmieneného formátovania.
• pochopí význam práce s údajmi v prostredí MS EXCEL a rozšíri si analytické myslenie v oblasti spracovania a interpretácie marketingových údajov
• študent nadobúda zručnosti a vedomosti smerujúce k zvládnutiu základnej práce s jednotlivými nástrojmi a funkciami tabuľkového editora MS EXCEL a interpretácii získaných výsledkov v rámci marketingovej praxe.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do MS Excel, využitie vzorcov, princípy relatívneho a absolútneho adresovania.
2. Formátovanie buniek
3. Logické funkcie MS Excel (if, and, or)
4. Matematické funkcie MS Excel (sum,sumif, power, sqrt, randbetween, round)
5. Vyhľadávacie funkcie MS Excel (vlookup, hlookup, index, match)
6. Štatistické funkcie MS Excel (countif, min, max, average)

7. Databázové funkcie MS Excel (dsum, daverage, dmin, dmax, dcount)
8. Textové funkcie MS Excel (left, right, len, concatenate, search, text)
9. Vizualizácia údajov v MS Excel (tvorba grafov, druhy grafov a ich správne využitie, kombinované grafy)
10. Analýza údajov v MS Excel (medzisúčty, kontingenčné tabuľky)
11. Práca s údajmi v MS Excel (import a export dát, triedenie údajov, prevod a konverzia dát)
12. Praktické úlohy z oblasti marketingu

Odporúčaná literatúra

Fašiang, T. (2023). Marketingová informatika. Trnava: FMK UCM.
Taylor, I., Jelen, B. (2006). Excel for Marketing Managers.
Bezáková, Z. (2020). Marketingová komunikácia v kontexte analytických nástrojov na spracovanie údajov. Trnava: FMK UCM.
Winston, W. L. (2014). Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft® Excel. Wiley.
Navaru, M. (2019). Excel 2019. Praha: Grada.
Sýkorová, K., Simr, P., Barilla, J. (2011). Microsoft Excel 2010. Brno: Computer Press.
Pecinovský, J., Pecinovský, R. (2010). Excel 2010. Praha: Grada.
Pólya, A., et al. (2007). Práca s tabuľkovými procesormi. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk