

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/21bd139/21
Názov predmetu	kabinetné praktikum marketingu II.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Matej Martovič, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Podmienky na absolvovanie predmetu:

Dochádzka 25%

Zadanie 50%

Aktivita na hodine 25%

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60% bodov (celkovo 60 bodov zo 100).
Záverečná hodnotiacia 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:

- získa praktické zručnosti z oblasti marketingovej komunikácie a využívania nástrojov komunikačného mixu,
- nadobudne praktické vedomosti z oblasti online marketingu, absolvuje kurz online marketingu,
- naučí sa zhodnotiť úspešnosť onlinej reklamnej kampane a pripraviť návrh na správne nastavenie kampane v online prostredí,
- prehľbí si praktické skúsenosti s prácou so sociálnymi médiami a bude schopný riešiť tvorbu obsahu vybraných firiem na sociálnych sieťach,
- bude vedieť zhodnotiť a identifikovať problémy komunikácie firiem,
- naučí sa vytvoriť vlastné podujatie pre ktoré vypracuje komunikačnú stratégiu,
- naučí sa vypracovať komunikačnú stratégiu na zorganizované podujatie,
- zdokonalí si svoje organizačné, komunikačné schopnosti, schopnosť pracovať si v tíme, presadiť svoj názor.

Stručná osnova predmetu

Výučba zahŕňa praktické okruhy, na ktorých študent počas semestra pracuje:

- úvod do problematiky online marketingu,
- analýza online marketingových nástrojov,
- tvorba online kampane vybraného subjektu,
- úvod do problematiky event marketingu,
- brainstorming k tvorbe marketingového podujatia,
- organizácia marketingového podujatia,

- komunikačná stratégia podujatia,
- úvod do problematiky sociálnych sietí,
- analýza vybraného subjektu na sociálnych sieťach,
- tvorba a návrh správy sociálnych sietí pre vybraný subjekt.

Odporúčaná literatúra

Matúš, J., Ďurková, K.: Moderný marketing, Trnava: UCM, 2012.

Pizano, V., Bobovnický, A., Kretiková, E.: Prípadové štúdie z marketingu. Trnava: UCM, 2014.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Slovenský