

# Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

|                |                                                                                              |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vysoká škola   | Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave                                                      |
| Fakulta        | FMK UCM                                                                                      |
| Kód predmetu   | KMARK/21mdMARK009/21                                                                         |
| Názov predmetu | marketingový manažment II.                                                                   |
| Rozsah         | 1P + 1S                                                                                      |
| Počet kreditov | 4                                                                                            |
| Vyučujúci      | Ing. Renáta Miklenčíčová, PhD. (prednášajúci), prof. Ing. Anna Zaušková, PhD. (prednášajúci) |

## Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %):

50 % hodnotenia (50 bodov) tvorí vypracovanie a prezentácia semestrálnej práce zameranej na vybrané oblasti marketingového manažmentu odprednášané na prednáškach. Aby bol študent úspešný musí za túto povinnosť dosiahnuť min. 30 bodov.

50 % hodnotenia (50 bodov) predstavuje úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky. Úspešné absolvovanie písomnej skúšky znamená, že študent dosiahne minimálne 30 bodov.

V prípade, že študent nezíska minimum 59 bodov (59 % hodnotenia) opakuje skúšku opäť písomným testom.

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 nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie:

- získa teoretické poznatky z rôznych oblastí marketingového manažmentu (kreativita a tvorivosť v manažmente, kreatívne metódy, offline a online predaja, spoločenskej zodpovednosti podnikov, destinančného marketingového manažmentu)
- teoretické vedomosti integruje do riešenia praktických zadanií, ktoré získa a verifikuje na seminároch pri tímových riešeniach konkrétnych problémov pomocou metód Design Thinkingu
- uplatňuje rôzne mäkké zručnosti a má schopnosť zvládať záťažové situácie, rozvíjať svoje prezentačné a argumentačné schopnosti,
- vie využívať svoje analytické, kritické no najmä kreatívne myslenie,
- nadobudnuté zručnosti využije pri tvorbe rôznych inovatívnych riešení.
- má schopnosť pracovať v tíme, využívať digitálne technológie,
- vie identifikovať a hodnotiť východzí stav riešeného problému,
- dokáže koordinovať a riešiť čiastkové aktivity a niešť zodpovednosť za výsledky tímu,
- získava tak manažérske, komunikačné a prezentačné schopnosti, ktoré môže ďalej aplikovať v praxi,

taktiež získava schopnosť argumentácie,

- má schopnosť a zručnosť samostatne vytvoriť zadanie (brief) pre rôzne spoločnosti z praxe.

### **Stručná osnova predmetu**

1. Kreativita a tvorivosť v manažmente.
2. Využitie kreatívnych metód v manažmente – realizácie myšlienkového mapy na zvolenú tému.
3. Efektívna organizácia predaja v marketingovom úsilí firmy.
4. Internetové nakupovanie a budovanie vzťahov so zákazníkom v online prostredí.
5. Spoločensky zodpovedný marketing.
6. Destinačný marketingový manažment.

### **Odporúčaná literatúra**

Đurková, K., & Franič, D. (Eds.). (2021). Public relations: Teória a prax. UCM.

Janouch, V. (2020). Internetový marketing. Computer Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing management. Grada Publishing.

Krupa, M. (2018). E-shop od nápadu po úspech. Wolters Kluwer.

Kubicová, L., & Ledvenicová, J. (2020). Nákup a predaj. SPU v Nitre.

Miklenčičová, R. (2020). Význam CRM a komunikácia so zákazníkmi. UCM.

Miklenčičová, R. (2023). Marketingový manažment – vybrané kapitoly. FMK UCM.

Palátková, M. (2011). Marketingový manažment destinácií. Grada Publishing.

Trnka, A. (2019). Aspekty onlinového nakupovania na Slovensku. UCM.

### **Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu**

Slovenský jazyk