

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/21mdMARK022/21
Názov predmetu	podpora predaja
Rozsah	2P
Počet kreditov	2
Vyučujúci	doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD. (prednášajúci)

Cieľ

Predmet prináša odborný a komplexný pohľad na oblasť podpory predaja, jej postavenie a funkcie v marketingovej komunikačnej stratégii. Približuje metodologický postup, spracovanie, realizáciu a vyhodnotenie aktivít podpory predaja.

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent môže získať spolu 80 bodov (100 %): • 80% hodnotenia tvorí vypracovanie 3 zadanií na prednáškach (3 x 20 bodov), • 10 % hodnotenia tvorí účasť na prednáškach (povolené sú max. 2 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu prednášok), • 10% hodnotenia tvoria prezentácie návrhov vyplývajúcich zo zadanií konkrétnej techniky priameho marketingu pre konkrétny podnik (kritériá hodnotenia prezentácie: obsah, forma, rozsah, prejav). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % hodnotenia. (celkovo 48 bodov z 80). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 – 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 – 56 =E; 55 a menej = FX.

Váha hodnotenia predmetu (priebežné/záverečné)

Študent môže získať spolu 80 bodov (100 %): • 80% hodnotenia tvorí vypracovanie 3 zadanií na prednáškach (3 x 20 bodov), • 10 % hodnotenia tvorí účasť na prednáškach (povolené sú max. 2 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu prednášok), • 10% hodnotenia tvoria prezentácie návrhov vyplývajúcich zo zadanií konkrétnej techniky priameho marketingu pre konkrétny podnik (kritériá hodnotenia prezentácie: obsah, forma, rozsah, prejav). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % hodnotenia. 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:

- pozná teoretické východiská podpory predaja, rozpozná základné techniky a ich využitie pre rôzne cieľové skupiny,
- dokáže analyzovať využitie podpory predaja konkrétneho subjektu a kriticky zhodnotiť silné a slabé stránky,

- vie navrhnuť aktivity na zlepšenie využitia podpory predaja so zameraním na špecifiká cieľových skupín,
- hodnotí prínos podpory predaja v celkovej komunikačnej stratégii spoločnosti,
- dokáže prezentovať svoje návrhy, zlepšuje si prezentačné a komunikačné schopnosti.

Stručná osnova predmetu

1. Postavenie podpory predaja v systéme marketingovej komunikácie.
2. Podpora predaja a spotrebiteľské správanie.
3. Cieľové skupiny a techniky podpory predaja.
4. Spotrebiteľská podpora predaja.
5. Predaja zameraná na obchodný personál.
6. Podpora predaja zameraná na sprostredkovateľov.
7. Merchandising a starostlivosť o obchodné miesto.
8. Podpora predaja na internete.
9. Podpora predaja v maloobchode.
10. Analýza prípadových štúdií.

Odporúčaná literatúra

Jaderná, E. & Volfová, H. (2021). Moderní retail marketing. Grada Publishing.

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

Kollárová, D. (2014) Podpora predaja pri komunikácii s vybranými cieľovými skupinami. FMK UCM v Trnave.

Lakshman, D. & Faiz, F. (2021). The Impact of Customer Loyalty Programs on Customer Retention in the Retail Industry. [Vplyv zákazníckych vernostných programov na udržanie zákazníkov v maloobchode].

Journal of Management Research, 21(1), 35-48.

[https://www.researchgate.net/publication](https://www.researchgate.net/publication/356986047_The_Impact_of_Customer_Loyalty_Programs_on_Customer_Retention_in_the_Retail_Indu)

/356986047_The_Impact_of_Customer_Loyalty_Programs_on_Customer_Retention_in_the_Retail_Indu

Přikrylová, J., Jaderná, E., Kincl, T., Velinov, E. & Štrach, P. (2019). Moderní marketingová komunikace. Grada Publishing.

Žák, Š., Klepochová, D., Kopaničová, J. & Vokounová, D. (2023). Spotrebiteľské správanie. Sprint dva.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk

anglický jazyk