Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/21meMARK007/21
Názov predmetu	marketingový manažment II.
Rozsah	12sP + 12sS
Počet kreditov	4
Vyučujúci	prof. Ing. Anna Zaušková, PhD. (prednášajúci), Ing. Renáta Miklenčičová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent môže získať spolu 100 % (100 bodov). Celkové hodnotenie pozostáva z dvoch častí:

30 % (30 bodov) hodnotenia tvorí vypracovanie a prezentácia semestrálnej práce zameranej na vybrané oblasti marketingového manažmentu, ktoré boli predmetom prednášok. Na úspešné splnenie tejto povinnosti musí študent získať minimálne 20 % (20 bodov).

70 % (70 bodov) hodnotenia predstavuje absolvovanie ústnej skúšky, počas ktorej študent preukáže svoje teoretické vedomosti a schopnosť ich aplikácie v oblasti marketingového manažmentu. Na úspešné absolvovanie ústnej skúšky musí študent získať minimálne 36 % (36 bodov).

Na úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % (56 bodov) z celkového hodnotenia a zároveň splniť minimálne požiadavky oboch častí hodnotenia.

V prípade, že študent nezíska požadované minimum 56 % (56 bodov) alebo nesplní minimálnu požiadavku na ústnu skúšku, absolvuje opravnú ústnu skúšku v stanovenom opravnom termíne.

Záverečné hodnotenie predmetu sa určuje na základe súčtu získaných bodov za semestrálnu prácu a ústnu skúšku.

Záverečná hodnotiaca stupnica:
100 – 92 =A
91 - 83 =B
82 – 74 =C
73 – 65 =D
64 - 56 =E;
55 a menej = FX

Výsledky vzdelávania

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 zadaní, 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 schopností,
• 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 niesť 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 myšlienkovej 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

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

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

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

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

Oreský, M. (2023). Biznis marketing. Grada.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Slovenský jazyk