

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FPV UCM
Kód predmetu	KAI/bd216/21
Názov predmetu	základy marketingu
Rozsah	2P
Počet kreditov	2

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študenti budú priebežne prezentovať výsledky individuálneho štúdia vo forme referátov. Hodnotí sa odborná príprava a prezentácia referátu. V skúšobnom období absolvujú záverečnú skúšku z predmetu (písomná a ústna časť). Za referát môžu získať spolu 30 bodov, ktoré sa zohľadnia v záverečnom hodnotení výsledkov študenta.

Celkové hodnotenie predmetu:

A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami < 92-100 % >;

B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami < 83-91 % >;

C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky < 74-82 % >;

D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby < 65-73 % >;

E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám < 56-64 % >;

FX* 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta < 0-55 % >.

Priebežné hodnotenie

Študenti budú priebežne prezentovať výsledky individuálneho štúdia vo forme referátov. Hodnotí sa odborná príprava a prezentácia referátu. V skúšobnom období absolvujú záverečnú skúšku z predmetu (písomná a ústna časť). Za referát môžu získať spolu 30 bodov, ktoré sa zohľadnia v záverečnom hodnotení výsledkov študenta.

Záverečné hodnotenie

Celkové hodnotenie predmetu:

A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami < 92-100 % >;

B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami < 83-91 % >;

C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky < 74-82 % >;

D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby < 65-73 % >;

E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám < 56-64 % >;

FX* 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta < 0-55 % >.

Výsledky vzdelávania

Po úspešnom ukončení štúdia predmetu študent:

- získa poznatky o vývojových štádiách a komunikačných procesoch v marketingu, o marketingovom plánovaní, distribúcii, logistike, cenových stratégiách a úlohách v oblasti marketingového riadenia podniku

Sylabus predmetu

1. Marketing. Pojem a definície. Rozlíšenie pojmov odbytu a marketing. Vývojové štádiá pojmu marketing.
2. Marketingové vedenie podniku. Princípy vedenia podniku. Trhom orientovaná organizačná štruktúra podniku. Produktový manažment. Divízna organizácia. Maticová organizácia.
3. Marketing ako rozhodovací systém. Jeho úlohy a ciele. Význam informácií pri marketingovom vedení podniku. Priebeh komunikačných procesov.
4. Marketingová informácia. Kvantitatívne (objektívne) dáta o trhoch. Kvalitatívne (subjektívne) dáta.
5. Metódy a techniky získavania marketingových informácií. Získavanie sekundárnych a primárnych informácií.
6. Marketing a plánovanie. Strategické marketingové plánovanie. Taktické marketingové plánovanie. Operatívne marketingové plánovanie.
7. Marketingový mix. Realizácia získaných informácií prieskumom trhu prostredníctvom čiastkových etáp marketingu.
8. Distribučné procesy a ich problémy. Systém distribúcie. Dráhy distribúcie. Marketingová logistika.
9. Produktová politika marketingu. Životný cyklus produktov. Intenzifikácia trhového procesu. Modifikácia produktov. Diverzifikácia produktov, jej formy a metódy.
10. Proces inovácie. Cenová politika. Faktory vplývajúce na cenotvorbu. Stratégie cenovej politiky. Nástroje cenovej politiky.
11. Komunikačná politika. Podpora predaja. Public relations.
12. Reklama. Stratégia reklamy (AIDS). Realizácia a kontrola reklamnej stratégie.
13. Opakovanie.

Odporúčaná literatúra

Kotler, P.: Marketing management. Praha: Grada Publishing, 2001. 719s. ISBN 80-247-0016-6.
Kotler, P., Armstrong, G.: Marketing. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2004. 856s. ISBN 80-247-0513-3.
Rajt, Š.: Marketing: Charakteristika, stratégie, proces. Sprint, 2000. 133s. ISBN 80-8848-62-8.
Kotler, P.: 10 smrteľných marketingových hriechů : jak je rozpoznat a nespáchat. Praha: Grada Publishing, 2005. 139 s. ISBN 80-247-0969-4.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk, anglický jazyk