

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/22bdVZME002/22
Názov predmetu	marketingová komunikácia
Rozsah	2P
Počet kreditov	4
Vyučujúci	doc. PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD. (prednášajúci), doc. Ing. Janka Beresecká, PhD., MSc. (prednášajúci), Mgr. et Bc. Dáša Franič, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Na úspešné absolvovanie predmetu musí študent spĺňať nasledovné podmienky:

absolvovanie prednášok, povolené sú max. dve absencie za semester (tvorí 10 % z celkového hodnotenia predmetu),

vypracovanie praktických заданий, na ktorých bude študent pracovať priebežne počas semestra (tvorí 30 % z celkového hodnotenia predmetu),

záverečná ústna skúška (tvorí 60 % z celkového hodnotenia predmetu).

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:

dokáže sa orientovať v základnej terminológii v oblasti marketingovej komunikácie,

pochopí základným cieľom a funkciami marketingovej komunikácie,

dokáže definovať a charakterizovať jednotlivé nástroje marketingovej komunikácie, ktoré sa využívajú v praxi,

je schopný navrhnúť jednoduché komunikačné riešenia pre menšie značky,

vie prakticky využívať niektoré z nástrojov marketingovej komunikácie a implementovať ich do komunikačných stratégií,

rozvíja si komunikačné a prezentačné zručnosti,

študent sa učí pracovať v tíme, nakoľko študenti budú pracovať na jednotlivých zadaniach v skupinách.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do marketingovej komunikácie – základné definície, ciele, podstata.

2. Komunikačná stratégia a jej časti.

3. Reklama.

4. Vzťahy s verejnosťou.

5. Podpora predaja.

6. Osobný predaj.

7. Priamy marketing.

8. Ďalšie formy marketingovej komunikácie: product placement, advergaming, virálny marketing, mobilný

marketing.

9. Online marketingová komunikácia, sociálne médiá.

10. Prípadové štúdie

11. Hodnotenie zadání študentov.

Odporúčaná literatúra

Galera Matúšová, J. (2020). Komunikačné stratégie vybraných značiek v rôznych štádiách ich životného cyklu. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Galera Matúšová, J., et al. (2022). Media Relations – Techniky, nástroje a tipy na budovanie vzťahov s médiami. Trnava: FMK UCM.

Přikrylová, J. (2019). Moderní marketingová komunikace. Praha: Grada Publishing.

Romaniuk, J., & Sharp, B. (2021). How Brands Grow 2. Oxford: University Press.

Young, A. (2018). Ogilvy o reklamě v digitálním věku. Bratislava: Svojtka & comp.

Sharp, B. (2017). Marketing. Oxford University Press

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský/anglický