

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/22bdVZME016/22
Názov predmetu	prípadové štúdie I.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Alexandra Rysul'ová, PhD. (prednášajúci)

Cieľ

The course of Case Studies is focused on expanding the knowledge and understanding of different topics and current areas that were and are taken in the courses in first and second year of studies of Media relations program. The course is designed to provide students with examples from marketing and journalism on different topics. Among topics discussed is journalism, public and media relations, marketing, segmentations and consumer behavior. The topics are critically examined through the case studies. It allows students to build critical view of the topics and to see the bigger picture as well as to develop soft skills as creativity, presentation skills, problem solving.

Podmienky na absolvovanie predmetu

V kurze dominuje metóda diskusie a prezentácie. Študenti analyzujú problém (prípadová štúdia) a budú musieť prísť s možnými riešeniami na ďalšie stretnutie.

Študent prezentuje svoj príspevok vo forme prípadovej štúdie niekoľkokrát za semester. Známka závisí od úrovne prezentácie a záverečnej semestrálnej práce na vybranú tému. Za jednu prezentáciu môže získať 5 bodov. Záverečná prípadová štúdia je ohodnotená maximálne 45 bodmi a študent sa musí zúčastniť odborného semináru.

Bodové rozloženie predmetu:

45% prezentácia čiastkových úloh

10% účasť na odbornom seminári

45% záverečná prípadová štúdia

Stupnica:

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 % >

Záverečné hodnotenie

The course is dominated by the method of discussion and presentation. Students analyze a problem (case study) and will have to come up with possible solutions in the next meeting.

The student presents his/her paper in the form of a case study several times per semester. The grade depends on the level of the presentation and the final term paper on the chosen topic. A student may earn 5 points per presentation. The final case study is marked with a maximum of 45 points and the student must attend a professional seminar.

Course point distribution:

45% presentation of sub-tasks

10% attendance at the professional seminar

45% final case study

Výsledky vzdelávania

Po absolvovaní kurzu študent získa:

- zlepšenie kritického myslenia,
- prezentačné a komunikačné schopnosti,
- schopnosť nájsť a pripraviť prípadovú štúdiu s adekvátnou analýzou,
- zručnosť v písaní textu,
- schopnosť zbierať a vyberať potrebné údaje zo zdrojov.

Stručná osnova predmetu

1. Maslow's Hierarchy of Needs
2. Marketing Information System part 1
3. Marketing Information System part 2
4. Product Strategy part 1
5. Product Strategy part 2
6. Distribution Strategy
7. Pricing Strategy
8. Communication Strategy part 1
9. Communication Strategy part 2
10. Online advertising
11. Online Campaign

Sylabus predmetu

The aim of this course is to put theory from other subjects to praxis through case studies. Introduce students to the subject of marketing. The aim of the course is to show how theory is implemented with different approaches.

The course aims are as follows:

- To expand students' knowledge about different subjects so they are able to connect its theory with problems from the current praxis.
- To show practical approaches to journalistic and marketing topics.

Odporúčaná literatúra

Christ, P. (2021). KnowThis Marketing Case Studies. KnowThis LLC.

Koch, M. (2023). Social Media Marketing Bible: [12 in 1] The Ultimate Guide to Advanced Social Media Engagement and Profitability. Independently published.

Lowell, D. (2017). Native Advertising - The Essential Guide. Kogan Page Limited.

McCarthy, B. (2019). Case Studies That Close Sales: A Proven Formula to Attract Great Customers. Independently published.

McDonald, J. (2022). Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business. Independently published.

Nelson-Field, K. (2013). Viral marketing: The Science of Sharing. Oxford Press University.

Scott, D. M. (2015) The New Rules of Marketing and PR. John Wiley & Sons.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

english