Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FSV UCM
Kód predmetu	UPVVS/VES/BcD/008/25
Názov predmetu	Marketingové a prezentačné techniky
Rozsah	2P
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Andrej Kóňa, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Aktívna účasť na prednáškach (maximálne 2 absencie). Za každú absenciu navyše študent vypracuje seminárnu prácu/ zadanie na tému odkonzultovanú s vyučujúcim predmetu. V priebehu semestra študent preukazuje aktívnu účasť na diskusii počas riešenia prípadových štúdií a zapojenie sa do realizovaných aktivít a náčrtov problémov spojených s témou prednášok. Na záver semestra študent prezentuje získané vedomosti formou odovzdania zadaní vypracovaných v priebehu výučby. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať v súčte z oboch častí minimálne 56%.

Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %):
A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie:

Vedomosti:

študent získava základný pojmový aparát z problematiky marketingových a prezentačných techník,
študent ovláda podstatu základných teórií marketingových a prezentačných techník,
študent získa prehľad o kľúčových problémoch, s ktorými sa pri marketnigovej komunikácii a prezentácii môže stretnúť,
študent porozumie logike tvorby prezentácií, zároveň pochopý aké kroky a techniky má dodržiavať pri uskutočnovaní marketingovej komunikácie,
študent je informovaný o základnom rámci využívania teoretických poznatkov a ich aplikácií v praxi v oblasti marketingových a prezenetačných techník.
Zručnosti:

študent si osvojí základné informácie potrebné na to, aby rozumel základným pojmom a súvislostiam v rámci marketingových a prezentačných techník,
študent vie samostatne zhodnotiť základné problémy procesu markentigovej komunikácie a prezentovania,
vie pracovať so základnými pojmami ako prezentácia, komunikácia, diskusia, rozhovor, marketingové nástroje, marketingové techniky,
študent je schopný aplikovať základné vedomosti v pri analyzovaní aktuálnych otázok marketingových a

prezentačných techník.

Profesijné kompetencie:

študent získava schopnosti orientácie v širokej škále teoretických prístupov k riešeniu praktických otázok, týkajúcich sa využívania marketingových techník a prezentačných techník,
študent je schopný aplikovať tieto vedomosti v rámci ďalších odborných predmetov v rámci štúdia,
študent je pripravený získané vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia.

Prenositeľné kompetencie:

organizovanie a plánovanie práce,
schopnosť prijímať rozhodnutia a niesť zodpovednosť,
strategické a koncepčné myslenie,
kreativita,
komunikačné kompetencie,
občianske kompetencie,
digitálna gramotnosť,
tímová práca,
analyzovanie a riešenie problémov,
kultivovaný a odborný písomný i ústny prejav,
pružnosť v myslení (adaptabilita, flexibilita, improvizačné spôsobilosti).

Stručná osnova predmetu

1. Úvodná prednáška a oboznámenie študentov s priebehom výučby, problematikou a ukončením predmetu.
2. Prezentácia - aké podmienky musí splniť, aby bola efektívna.
3. Úprava textu, značky, rozbor, manažment prezentácie.
4. Prezentácia v médiách - vlastnosti a schopnosti redaktora, moderátora, spíkra.
5. Práca s textom, uplatňovanie melódie, pauza, dôraz, prízvuk, tempo a rytmus pri prezentovaní.
6. Tréning okamžitej improvizácie na neznámu tému - rýchla príprava, nahrávanie, rozbor.
7. Jednanie, vyjednávanie, a komunikačný konflikt.
8. Teoretické východiská pojmu marketing, jeho podstata a princípy.
9. Tradičné marketingové techniky.
10. Marketingové techniky na sociálnych médiách.
11. Techniky a postupy digitálneho marketingu.
12. Využívanie marketingových techník počas krízovej situácie.

Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta

- povinný predmet
- prednáška
- 2 hodiny týždenne
- prezenčná metóda štúdia
Forma štúdia: denná

Odporúčaná literatúra

DOBRUŠOVÁ, E.: 2012. Techniky manažerské komunikace. Opava: Matematický ústav v Opavě, Slezská univerzita v Opavě, 2012. s. 121
FREY, P.: Marketingová komunikace. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-160-7.

KARLÍČEK, M. – KRÁL, P.: Marketingová komunikace. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3541-2.
PLAMÍNEK, J.: 2012. Komunikace a prezentace: umění mluvit, slyšet a rozumět. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4484-1.
WIEKE, T.: 2006. Prezentace: jak překonat obvyklé problémy a působit přesvědčivě. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1682-8.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský, anglický, český

Poznámky

časová záťaž študenta: 60 hodín, z toho:
Prezenčné (P, S): 24/P, 0/S
Samoštúdium: 36 hodín