Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/26beSPOT05/26
Názov predmetu	marketingová komunikácia
Rozsah	24sP
Počet kreditov	4
Vyučujúci	Mgr. Igor Piatrov, PhD. (prednášajúci), PhDr. Katarína Ďurková, PhD. (prednášajúci), Mgr. Filip Jankovič (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

záverečný test (100%)
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: . študent ovláda teoretické koncepty marketingovej komunikácie a vie ich kontextuálne využiť vo svojom štúdiu, . na základe teoretických vedomostí a práce na prípadových štúdiách je študent schopný analyzovať aktuálnu situáciu na poli komunikačných aktivít konkrétnej spoločnosti, · dokáže analyzovať a posúdiť vhodnosť využívania nastavenej marketingovej komunikácie v zmysle vytýčených cieľov firmy, ·má základy analytického a kritického myslenia, schopnosť argumentácie, ·nadobudol komunikačné a prezentačné zručnosti.

Stručná osnova predmetu

1. Marketing a marketingová komunikácia. Východiská marketingovej komunikácie. 2. Reklama. 3. Podpora predaja. 5. Public relations. 6. Priamy marketing a osobný predaj. 7. Digitálny marketing. 8. Kreatívne formy komunikácie. 9. Psychologické aspekty marketingovej komunikácie. 10. Komunikačná stratégia.

Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta

Druh: prednáška
Rozsah:

Odporúčaná literatúra

Kollárová, D., Kolišťáková, M. (2023). Marketing I. UCM FMK. Čábyová, Ľ., Hudáková, V., Paveleková, J. (2021). Marketing II. UCM FMK. Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Marketing management (14. vyd.). Grada Publishing. Cialdini, R. B. (2021). Influence: The psychology of persuasion (Nové a rozšírené vyd.). Harper Business. Sharp, B. (2017). Marketing: Theory, evidence, practice (2. vyd.). Oxford University Press.