Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/26beSPOT21/26
Názov predmetu	prípadové štúdie II.
Rozsah	24sP
Počet kreditov	3
Vyučujúci	Mgr. Igor Piatrov, PhD. (prednášajúci), Mgr. Peter Krajčovič, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Podmienkou pre absolvovanie predmetu je:
- účasť na prednáškach (Počas semestra sú povolené maximálne 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade individuálneho študijného plánu je povinná 50 % účasť). Absencie nad rámec povoleného množstva sú zdôvodňované a ospravedlňované individuálne, avšak do úvahy sa berú len relevantné dôvody a nepredvídateľné závažné okolnosti. Ospravedlnenia sa predkladajú výhradne v písomnej forme (e-mailom).
- obhájenie záverečného projektu

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať celkovo minimálne 56 % bodov (56 bodov zo 100).

Záverečná hodnotiaca 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

Záverečné hodnotenie je udelené na základe spracovania a obhájenia záverečného projektu. Záverečný projekt pozostáva z prezentácie vypracovanej prípadovej štúdie na základe analýzy konkrétneho prípadu a vypracovania odporúčaní. Spracovanie a obhajoba záverečného projektu tvorí 100 % hodnotenia.

Váha hodnotenia predmetu (priebežné/záverečné)

Záverečné hodnotenie: 100 %

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa nasledovné vedomosti, schopnosti a zručnosti:

Vedomosti:
Rozumie procesu výberu, analýzy a spracovania prípadových štúdií v reálnom kontexte.
Pozná spôsoby zberu, analýzy a interpretácie údajov pri skúmaní konkrétnych subjektov.
Vie opísať celý proces tvorby prípadovej štúdie – od výberu prípadu až po finálnu prezentáciu.
Chápe význam a praktické využitie prípadových štúdií pri riešení reálnych problémov.
Pozná spôsoby efektívnej komunikácie výstupov a prezentovania analytických zistení.

Schopnosti:
Dokáže samostatne a kriticky analyzovať konkrétny prípad v súlade s vedeckými metódami.
Je schopný samostatne aplikovať výskumné metódy pri zbere a analýze dát a systematicky interpretovať získané údaje, z ktorých odvodí relevantné závery.
Dokáže kriticky analyzovať a interpretovať informácie z rôznych zdrojov a syntetizovať ich do ucelenej analýzy.
Dokáže navrhovať riešenia a odporúčania na základe výsledkov analýzy.
Je schopný profesionálne prezentovať výsledky výskumu, obhájiť svoju analýzu a odporúčania.
Dokáže efektívne pracovať v tíme, riešiť konflikty a efektívne komunikovať so spolužiakmi pri kolektívnej analýze prípadov.

Zručnosti:
Je schopný identifikovať vhodný prípad na analýzu – formulovať výskumnú otázku a zvoliť relevantný subjekt.
Dokáže získať a spracovať potrebné údaje a využiť rôzne zdroje na zber dát.
Je schopný vykonávať pokročilú analýzu údajov – aplikovať štatistické, kvalitatívne a vizuálne metódy na interpretáciu dát.
Vie aplikovať metódy analýzy a interpretácie údajov v rámci konkrétnych prípadových štúdií, ako aj techniky efektívnej prezentácie a argumentácie pri obhajobe zistení.
Dokáže navrhovať riešenia a odporúčania – formulovať konkrétne opatrenia na zlepšenie situácie analyzovaného subjektu.
Dokáže vytvoriť profesionálnu prípadovú štúdiu – pripraviť jasnú, prehľadnú a odborne podloženú analýzu v písomnej podobe.
Je schopný prezentovať výstupy – odkomunikovať výsledky štúdie pred publikom a obhájiť odporúčania na riešenie.

Stručná osnova predmetu

1. Metodológia výskumu a spracovanie prípadových štúdií
2. Etické a právne aspekty prípadových štúdií
3. Analýza zvoleného subjektu (prípadu) – zber a získavanie údajov
4. Analýza zvoleného subjektu (prípadu) – analýza údajov
5. Analýza zvoleného subjektu (prípadu) – interpretácia údajov
6. Analýza zvoleného subjektu (prípadu) – spracovanie údajov
7. Analýza zvoleného subjektu (prípadu) – návrh odporúčaní na zlepšenie
8. Analýza zvoleného subjektu (prípadu) – záverečné prezentácie prípadových štúdií
9. Analýza zvoleného subjektu (prípadu) – záverečné prezentácie prípadových štúdií
10. Analýza zvoleného subjektu (prípadu) – záverečné prezentácie prípadových štúdií

Odporúčaná literatúra

Čábyová, Ľ. (2012). Mediálny marketing: Prípadové štúdie [CD]. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
Hradiská, E., & Letovancová, E. (2007). Psychológia v marketingovej komunikácii (2. vyd.). Univerzita Komenského v Bratislave.
Matúšová, J. (2013). Psychológia reklamy. Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
Nováková, R., Kollárová, D., & Tománková, A. (2012). Marketingové komunikačné stratégie: Prípadové štúdie. FMK UCM.
Pizano, V., Bobovnický, A., & Kretiková, E. (2014). Prípadové štúdie z marketingu. FMK UCM.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk