

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne	
Fakulta: Fakulta sociálno-ekonomických vzťahov	
Kód predmetu: KMaREZ/ Market/1lz3dA/22	Názov predmetu: Marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 24 / 24 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študent môže celkovo získať maximálne 100 bodov, z toho 80 bodov za priebežné hodnotenie a 20 bodov za záverečné hodnotenie. Priebežné hodnotenie pozostáva z: • Priebežný test 2x = 40 bodov. • Seminár z marketingu = 40 bodov. Záverečné hodnotenie pozostáva z: • Skúška – 20 bodov. Hodnotenie: A od 100-93 bodov; B od 92- 85 bodov; C od 84-76 bodov; D od 75-68 bodov; E od 67-60 bodov, FX menej ako 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním predmetu porozumie základným teoreticko-metodologickým východiskám marketingu, vrátane poznania podstaty jeho nových trendov. Študent porozumie problematike marketingového plánovania, podstate, významu poznania a analýze marketingového prostredia, interakcii marketingového informačného systému a marketingového výskumu, segmentácii trhu, výberu cieľových skupín a tvorbe trhovej pozície, spotrebiteľským trhom a trhom organizácií, štruktúre marketingového mixu, základným cieľom, nástrojom a formám komunikácie s trhom, špecifikám medzinárodného marketingu, marketingu služieb a neziskových organizácií, novým trendom v marketingu, vzťahu marketingu a spoločnosti ako i etike v marketingu. Absolvovaním predmetu študent získa: teoretické vedomosti: • pochopiť a aplikovať základné pojmy a kategórie marketingu, marketingové stratégie a aktivity, smerujúce k efektívnemu riadeniu podniku a zvyšovaniu jeho konkurencieschopnosti na domácom trhu; • identifikovať prvky marketingového mixu (4P a 7P) a stratégie používané s každým prvkom marketingového mixu. praktické zručnosti: • odporučiť a odôvodniť vhodnú kombináciu marketingového mixu kompetencie:	

Komunikatívnosť - študent je schopný aktívne počúvať, klásť podnecujúce otázky a poskytovať spätnú väzbu, kultivovane prezentovať a obhajovať vlastné pocity, názory a potreby v interakcii s inými ľuďmi a/alebo pred odborným publikom.
Stručná osnova predmetu: 1. Marketing ako teoretická a praktická disciplína – definície a vývoj. 2. Marketingová stratégia. Funkcie a koncepcie marketingového manažmentu – analýza, plánovanie, implementácia kontrola. Organizácia marketingu v podniku. 3. Marketingové prostredie a proces jeho monitorovania, Mikroprostredie, makroprostredie. 4. Trh, segmentácia trhu a tvorba trhovej pozície. Spotrebiteľské trhy a nákupné správanie spotrebiteľa. 5. Marketingový informačný systém. Marketingový výskum ako zdroj základných informácií. 6. Nástroje marketingu. Marketingový mix a analýza jeho štruktúry - tradičné poňatie modelu „4P“ a rozšírené poňatie marketingového mixu - „7P“. 7. Marketingový produkt. Klasifikácia produktov. Produktový mix. Inovácie, vývoj nových produktov. 8. Cena v marketingu. Cenové stratégie. Určovanie cien nových produktov. Stratégia cenových úprav. 9. Marketing miesta a distribúcia produktov. Distribučná politika. Distribučné kanály a fyzická distribúcia. Maloobchod a veľkoobchod. Úvod do logistiky. 10. Promotion: Komunikácia a stratégia. Komunikačný mix. Nástroje marketingovej komunikácie. Integrovaný marketingový komunikačný mix. 11. Marketing služieb a neziskových organizácií. 12. Nové trendy v marketingu. Marketing na internete, e-marketing, e-obchod. Marketingová etika. Etický kódex. AMA.
Odporúčaná literatúra: Kotler, Ph., Armstrong, G. (2020). Principles of Marketing 18th Edition. Pearson. ISBN: 978-0135766590 Kerin, R.A., Hartley S. W. (2020). Marketing. Mc Graw Hill Education. ISBN: 9781260575699 Viestová, K. a kol. (2015). Marketing - výklad pojmov. Wolters Kluwer. ISBN: 9788081681363 Tahal, R. (2017) Marketingový výzkum. Postupy, metody, trendy. Grada. ISBN: 978-80-271-0206-8
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk; Český jazyk; Anglický jazyk
Poznámky: Predmet je profilový a povinný. Denné štúdium: • Prednášky + semináre 24 + 24= 48 hodín • Príprava na prednášky a semináre = 20 hodín • Príprava na priebežné testy = 20 hodín • Príprava seminárnej práce (Seminár z Marketingu) = 16 hodín • Príprava na skúšku = 21 hodín Pracovná záťaž študenta kontaktná: 48 hodín, nekontaktná: 77hodín Externé štúdium: • Prednášky 10+10 = 20 hodín • Príprava na prednášky 30 hodín • Príprava na priebežné testy = 30 hodín

• Príprava seminárnej práce (Seminár z Marketingu) = 24 hodín • Príprava na skúšku = 21 hodín Pracovná záťaž študenta kontaktná: 20 hodín, nekontaktná: 105 hodín Spolu na 5 kreditov sa musí od študenta vyžadovať min. 125 hodín práce. 1 kredit predstavuje 25 hodín práce študenta.					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 56					
A	B	C	D	E	Fx
23.21	16.07	17.86	28.57	14.29	0.0
Vyučujúci: Doc. PhDr. Zoltán Rózsa, PhD., Ing. Jaroslav Belás, Ing. Martin Šrámk					
Dátum poslednej zmeny: 14.06.2022					
Schválil:					