

# Informačný list pre predmet MARKETINGOVÝ MANAŽMENT

<b>Vysoká škola:</b>	Paneurópska vysoká škola
<b>Fakulta:</b>	Fakulta masmédií
<b>Kód predmetu:</b>	BMMM10004
<b>Názov predmetu:</b>	Marketingový manažment
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> prednáška	2 hod. týždenne / 24 hod. za semester štúdia (prezenčná metóda)
<b>Počet kreditov:</b>	5
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b>	Masmediálna a marketingová komunikácia, 1. semester
<b>Stupeň štúdia:</b>	2.
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	žiadne

## **Podmienky na absolvovanie predmetu:**

priebežne 50%, v skúšobnom období 50%, test, písomná práca (poradenský projekt), písomný test

## **Výsledky vzdelávania:**

Vysvetliť hlavné charakteristiky plánovania, riadenia a kontroly za účelom nadobudnutia strategických zručností v oblasti marketingu a marketingovej komunikácie.

## **Stručná osnova predmetu:**

Marketingový manažment – pojem, podstata.

Analýza konkurencie firmy, jej vyhodnotenie a vytváranie marketingových stratégií.

Meranie, analýza a prognózovanie dopytu.

Segmentácia, voľba cieľových trhov a marketingovej stratégie pre diferenciaciu a umiestnenie ponuky

Vývoj, testovanie a uvedenie na trh nového produktu

Riadenie produktov prostredníctvom ich životného cyklu, výrobných rád, značky a obalu

Vytváranie cenových stratégií a voľba distribučných ciest

Analýza spotrebiteľských trhov a kúpne správanie

Analýza trhu organizácií a ich kúpneho správania

LESÁKOVÁ, D A K. Strategický marketing. Bratislava: SPRINT, 2007. 354 s. ISBN 80-89085-92-7.

KOTLER, P. -- KELLER, K L. Marketing management. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.

BOUČKOVÁ, J. Marketing. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1.

MEFFERT, H. Marketing management. Praha: Grada Publishing , 1996.

kolektív: Marketing manažment II. Ako v súčasnom trhovom prostredí postupovať. Bratislava: 228 s.r.o. 2007, ISBN 978-80969856-1-6. Kapitoly 4,5.

### **Odporúčaná literatúra:**

Odporúčaná:

LESÁKOVÁ, D A K. *Strategický marketing*. Bratislava: SPRINT, 2007. 354 s. ISBN 80-89085-92-7.

KOTLER, P. -- KELLER, K L. *Marketing management*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.

BOUČKOVÁ, J. *Marketing*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1.

HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2000.

HORÁKOVÁ, I. -- STEJSKALOVÁ, D. -- ŠKAPOVÁ, H. *Strategie firemní komunikace*.

2. vyd. Praha: Management Press, 2008. 254 s. ISBN 80-7261-178-2.

MEFFERT, H. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing , 1996.

doplnkové prednáškové materiály učiteľa

kolektív: Marketing manažment II. Ako v súčasnom trhovom prostredí postupovať. Bratislava: 228 s.r.o. 2007, ISBN 978-80969856-1-6. Kapitoly 4,5.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:** slovenský jazyk

**Poznámky:**

### **Hodnotenie predmetov:**

Celkový počet hodnotených študentov: 803					
<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>FX</b>
32,9 %	19,7 %	17,4 %	11,8 %	16,6 %	1,6 %

**Vyučujúci:**

prof. PhDr. Stanislav Benčíč, PhD. (cvičiaci, prednášajúci, skúšajúci, zodpovedný za predmet)

**Dátum poslednej zmeny:**

8. 6. 2021

**Schválil:**

prof. PhDr. Stanislav Benčíč, PhD.