

Inovace bakalářského studijního oboru Aplikovaná chemie

<http://aplchem.upol.cz>

CZ.1.07/2.2.00/15.0247

Tento projekt je spolufinancován
Evropským sociálním fondem a státním
rozpočtem České republiky.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



OKRESNÍ HOSPODÁŘSKÁ
KOMORA OLOMOUČ

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

KFC /MARK – Marketing

vyučující: Ing. Zlámal Jaroslav, Ph.D.
rozsah: 2p+ 1s
zakončení: Zápočet, Zkouška,
počet kreditů: 4
výuka: zimní semestr

Anotace

- Předmět Marketing si klade za cíl seznámit studenty se teoretickými pojmy spojenými s marketingem a jejich aplikací a díky interaktivní formě výuky kombinující klasický přístup s přístupem e-learningovým zároveň lépe reagovat jak na vývoj výukového systému tak na požadavky participujících studentů.
- Teoretické znalosti získané během přednášky usnadňují studentům, jak participaci v e-learningové formě následující praktické výuky, tak pak spolu s jejími výstupy umožní klasickou face-to-face komunikaci v oblasti dané problematiky s vedoucím vlastních cvičení.
- Současně e-learningový text automaticky vede účastníka kurzu k plnění zadávaných úkolů, provádění cvičení a vypracovávání korespondenčních úkolů. V případě absence studenta je umožněno okamžité zapojení do průběhu výuky na základě e-learningového portálu.

Obsah

- 1. Historický výklad pojmu, marketingový přístup, typy přístupu k trhu.
- 2. Segmentace trhu
- 3. Tržní zacílení, tržní umístění
- 4. Marketingový algoritmus
- 5. Marketingová filosofie
- 6. Marketingová analýza - SWOT, PEST
- 7. Nákupní chování zákazníků a organizací.
- 8. Analýza konkurence
- 9. Marketingový informační systém
- 10. Plánování a jeho nástroje
- 12. Marketingové řízení
- 13. Kontrola
- 14. Problematika řešená v rámci e-learningového portálu.

Doporučená literatura

Zlámal, J.: Bellová, J., Marketing, VUP Olomouc, 2013,
ISBN 978-80-244-3510-7

- Aaker, David A. Brand building - budování značky. Computer Press, 2003
- Nash, E. Direct marketing. Computer Press, 2003.
- Veber, J. a kol. Management základy, prosperita globalizace. Management Press, 2000.
- Světlík, J. Marketing - cesta k trhu. Ekka, Zlín, 1994.
- Kalka, R., Massen, A. Marketing - klíč k rozhodování, co prodávat, komu a jak. Grada, 2003.
- Kotler, P. Marketing dle Kotlera. Victoria Publishing, Praha, 2003.
- P. Kotler. Marketing management. Praha, Grada Publishing, 2001.
- Stuchlík, P., Dvořáček, M. Marketing na Internetu. Praha, Grada, 2000.
- Janečková, L., Vašítková, M. Marketing služeb. Grada Publishing, 2000.
- Nagyová, J. Marketingová komunikace není pouze reklama. VOX, 1999.
- Ogilvy, D. O reklamě. Management Press, Praha, 1996.
- Hague, P. Průzkum trhu. Computer Press, 2003.
- Steel, J. Reklama - průzkum, příprava a plánování. Computer Press, 2003.
- Clemente, Mark N. Slovník marketingu. Computer Press, 2004.

Časopisy : Marketing&Média, Euro, Hospodářské noviny, Ekonom, <http://www.m-journal.cz/cs/>