**Úvod do marketingu a manažmentu**

Skratka: *1ISMKm/UMAMA/22*

**Akademický rok:** 2025/26, ZS

**Forma výučby:** prednáška

**Rozsah výučby:** 2 hodiny týždenne

**Forma ukončenia:** skúška

**Počet kreditov:** 4

**Študijný program:** Mediálne štúdiá (MSB)

**Študijný odbor:** Mediálne a komunikačné štúdiá (MSB)

**Prednášajúci**: PhDr. Jakub Horváth, PhD., MBA, MSc.

**Kontakt:** jakub.horvath@unipo.sk

**Obsahová náplň prednášok**

1. Definícia marketingu 21. storočia a jeho problémov. Dopyt, ponuka, potreba, spotreba.

2. Marketingový mix a jeho využitie (4P, 7P, 9P, 4C)

3. Strategické plánovanie, strategický plán, portfólio, SWOT analýza a BCG.

4. Marketing manažment. Riadenie dopytu, filozofické prístupy k riadeniu.

5. Manažment ako vedná disciplína.

6. Manažérke funkcie: /analýza/, plánovanie, organizovanie, rozhodovanie.

7. Personalistika. Riadenie ľudských zdrojov, stimulácia, motivácia, motivačné teórie, štýly vedenia.

8. Marketingové mikroprostredie. Marketingové makroprostredie.

9. Marketing v internetovom veku – digitalizácia, konektivita, internetový boom, prostredník, customizácia, customerizácia, e-commerce, e-business, e-marketing.

10. Marketingová komunikácia na internete (prezentácia firemných, marketingových web stránok, facebook). Marketingová zodpovednosť a etika, trhová regulácia a deregulácia, osvietený marketing.

11. Globálny marketing v 21. storočí. Formy podnikania. Joint venturing, licencovanie, franšízing, forfaiting.

12. Marketingový manažment globálneho marketingu, rozhodnutie vstupu na medzinárodné trhy, aspekty a princípy. Spotrebné trhy a ich faktory (kultúrne, spoločenské, osobné, psychologické).

13. Nákupné rozhodnutia, typológia a rozhodovací proces. B2B marketing. Trhy, nákupné správanie sa organizácií, vládne a inštitucionálne trhy.

**Podmienky absolvovania predmetu**

Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: 4 kredity (záťaž študenta 120 hodín)

* výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška: 19,5 hod.,
* samostatná práca – príprava na prednášky, 12 hod.,
* samostatné štúdium odbornej literatúry: 36 hod.,
* pravidelná, aktívna účasť na prednáškach (vyžadujúca si individuálnu domácu prípravu), povolené sú 2 ospravedlnené absencie,
* v priebehu skúškového obdobia študent absolvuje písomnú skúšku (100 b).

**Stupnica hodnotenia:**

100 – 91 bodov A (výborne)

90 – 81 bodov B (veľmi dobre)

80 – 71 bodov C (dobre)

70 – 61 bodov D (uspokojivo)

60 – 51 bodov E (dostatočne)

50 – 0 bodov FX (neprospel/a)

**Literatúra :**

ARMSTRONG, M., 2008. *Managment a leadership*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2177-4.

BEDNAŘ, V., 2001. *Mediálni komunikace pro management*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3629-7

DORČÁK, P., 2013. *eMarketing. Ako osloviť zákazníka na internete*. Bratislava: EZO. ISBN 978-8097-0564-4-5.

GALLO, P., 2020. *Digitálny manažment*. Prešov: Dominanta. ISBN 978-80-973605-0-4, 978-80-973605-1-1.

HESKOVÁ, M. a P. STRACHOŇ, 2009. *Marketingová komunikace a moderní trendy v marketingu*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1520-5.

JANOUCH, V., 2014. *Internetový marketing*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-4311-7.

KOONZ, H. a H. WEIHRICH, 1993. *Management*. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-85605-45-7.

KOTLER, P. a K. L. KELLER, 2009. *Marketing management*. New Jersey: Upper Saddle River. ISBN 978-0-13-210292-7.

KOTTER, J. P., 2000. *Vedení procesu změny*. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-015-0.

MÜHLFEIT, J. a M. COSTI, 2022. *Pozitívny líder*. Bratislava: Lindeni. ISBN 978-80-5662-898-0.

RICHTEROVÁ, K. a kol., 2009. *Prieskumy pre marketingový manažment*. Bratislava: SOFA, ISBN 978-80-89033-66-9.

SCOTT, D. M., 2010. *Nové pravidlá marketingu a PR*. Bratislava: Easton Books. ISBN 978-8081-0914-9-0.

SEDLÁK, M., 2009. *Manažment*. Bratislava: Iura Edition. ISBN 978-80-8078-283-2.

SUCHÁNEK, P., 2012. E-commerce: Elektronické podnikání a koncepce elektronického obchodování. 1. vyd. Praha: Ekopress. ISBN 978-80-86929-84-2.

YOUNG, M., 2017. *Ogilvy o reklamě v digitálním věku*. Bratislava: Svojtka&Co. ISBN 9788025621592.

Online zdroje:

Podcast Buzzworld: <https://buzzworld.sk/>

Marketer!s: <https://marketeris.sk/>

Filip Kuna: <https://www.filipkuna.sk/>