



Marketingová komunikácia - MK v podmienkach krajín V4 - sylabus

ZS 2016/2017 II. stupeň štúdia 1. ročník PV predmet/DŠ

Informácie o odbornom zabezpečení predmetu

Garant predmetu

Doc. Ing. Soňa Chovanová Supeková, sona.supekova@paneurouni.com
PhD.

E-mail

Konzultačné hodiny

Utorok 12.30 -14.00
Streda 8.00 - 9.00

Experti z krajín V4

Prof. PhDr. Miroslav Foret, PhD.
Dr. Eva Happ
Dr. Danuta Szwejca
Dr. Přemysl Pruša

Škola

PEVŠ FEP - supervisor projektu
Széchenyi University in Győr, Maďarsko
Silesian University of Technology, Poľsko
Vysoká škola ekonomická Praha, ČR

Všeobecné informácie o predmete

Popis

Predmet Marketingová komunikácia v podmienkach krajín V4 je vyučovaný v rámci realizácie Univerzitného grantu, ktorý je financovaný Vyšehrádskym fondom. Tento predmet je učený študentom 1. ročníka II. stupňa vzdelávania na FEP PEVŠ. Predmet je učený na zvládnutie teórie a techník aplikovateľných vo všetkých hlavných funkciách marketingovej komunikácie: reklama, PR, priamy marketing, podpora predaja, online komunikácia a osobný predaj.

Marketing Communication in the conditions of V4 countries is a compulsory course for the graduate students of the International Business department. This course will examine the theory and techniques applicable to all the major marketing communication functions: advertising, public relations, direct marketing, sales promotions, online communication and direct selling. Moreover, it will provide a knowledge base that will allow students to research and evaluate a company's marketing, promotional situation and use this information in developing effective communication strategies and programs.



<p style="text-align: center;">Témy prednášok</p> <p>1</p>	<p>Introduction to Integrated marketing communications (IMC). Communication and Mass media.</p> <p>Úvod do Integrovanvej marketingovej komunikácie a masmédiá.</p>
<p>2</p>	<p>Corporate Communication. (organization identity, culture, image)</p> <p>Korporátna komunikácia, identita a imidž organizácie, kultúra</p>
<p>3</p>	<p>Empirical research in communication with customers, external influences in consumer behavior, general and in the V4 countries conditions-GL.</p> <p>Empirický výskum v komunikácii so zákazníkmi, vonkajšie vplyvy na správanie zákazníkov, všeobecné a špeciálne podmienky v krajinách V4.</p>
<p>4</p>	<p>Promotional plan. Segmentation of market, tools of marketing communication. CS. GL</p> <p>Plán propagácie. Segmentácia trhov, nástroje marketingovej komunikácie.</p>
<p>5</p>	<p>Creative Strategy of marketing communications. CS. GL</p> <p>Kreatívne stratégie v marketingovej komunikácii.</p>
<p>6</p>	<p>Marketing communications: Advertising. Promotion Opportunity. CS. GL</p> <p>Marketingová komunikácia: Reklama. Propagačné príležitosti.</p>
<p>7</p>	<p>Trade promotions and personal Selling in V4 countries. CS. GL</p> <p>Podpora predaja a osobný predaj v krajinách V4.</p>
<p>8</p>	<p>Public relations (sponsoring). CS. GL</p> <p>Vzťahy s verejnosťou a sponsoring.</p>

9	Direct marketing and internet. CS. GL Priamy marketing a internet.
10	New trends in the marketing communications. CS. GL Nové trendy v marketingovej komunikácii.
11	Comparison of marketing communication trends in V4 countries using the previous Case studies and marketing research. CS. Porovnanie trendov v marketingovej komunikácii pri využití predchádzajúcich prezentovaných prípadových štúdií a marketingový výskum.
12	Marketing communication in public administration. CS from V4 countries. Marketingová komunikácia vo verejnom sektore. Prípadová štúdia z krajín V4.
13	Final Exam, presentation of the students projects, written exam Skúška, prezentácia seminárnych prác, písomná skúška

Materiály k predmetu

Základná a doplnková literatúra

- Základné:

CHOVANOVÁ SUPEKOVÁ, Soňa et al. *Marketing communications in the conditions of V4 countries*. 1st ed. Nitra: ForPress Nitrianske tlačiarne, 2016. ISBN 978-80-89731-25-1 (Pbk.)

- PELSMACKER, P D. -- GEUENS, M. -- VAN DEN BERG, J. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2003. 600 s. ISBN 80-247-0254-1. [\[podrobnosti\]](#)

- FORET, M. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press , 2011. 484 s. ISBN 978-80-251-3432-0. [\[podrobnosti\]](#)

- Odporúčaná:

- KARLÍČEK, M. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-3541-2. [\[podrobnosti\]](#)

- PŘIKRYLOVÁ, J. -- JAHODOVÁ, H. *Moderní marketingová komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 303 s. Expert. ISBN 978-80-247-3622-8.

Voliteľné materiály

Pri materiáloch v anglickom jazyku študentom zabezpečíme preklad. Prednášky a materiály z prípadových štúdií.

Jazyk

Slovenský a anglický (zabezpečený aj preklad textov)

Harmonogram kurzu

Týždeň	Téma	Pedagóg	Čas
28. 9.	1 a 12. Case studies	Foret Chovanová Supeková	9.20 - 12.35 a 13.30 - 15.05 15.15 - 16.45
5. 10.	3. a 5.	Chovanová Supeková	9.20 - 12.35 a 13.30 - 16.45
12. 10.	7. a 11.	Chovanová Supeková	9.20 - 12.35 a 13.30 - 16.45
19.10.	2. a 4. Case studies	Szwajca Chovanová Supeková	9.20 - 12.35 a 13.30 - 15.05 15.15 - 16.45
9. 11.	9. a 10. Case studies	Happ Chovanová Supeková	9.20 - 12.35 a 13.30 - 15.05 15.15 - 16.45
16. 11.	6. a 8. Case studies	Pruša Chovanová Supeková	9.20 - 12.35 a 13.30 - 15.05 15.15 - 16.45

Harmonogram skúšok

Dátum	Termín
7. 12. 2015 o 10.00	1.
12. 12. 2015 o 10.00	2.
17. 1. 2016 o 10.00	3.

Vypracovala garantka predmetu a projektu:

Doc. Ing. Soňa Chovanová Supeková, PhD.

