

Informačný list pre predmet MARKETING SLUŽIEB

| | |
|--|--|
| Vysoká škola: | Paneurópska vysoká škola |
| Fakulta: | Fakulta masmédií |
| Kód predmetu: | BMMM20210 |
| Názov predmetu: | Marketing služieb |
| Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: prednáška | 2 hod. týždenne / 12 hod. za semester štúdia (prezenčná metóda) |
| Počet kreditov: | 4 |
| Odporúčaný semester/trimester štúdia: | Masmediálna a marketingová komunikácia, 2. semester |
| Stupeň štúdia: | 2. |
| Podmieňujúce predmety: | žiadne |

Podmienky na absolvovanie predmetu:

- aktívna účasť na prednáškach a seminároch (12 bodov) - záverečná prezentácia skupinovej práce (projekt), riadenie diskusie, zapracovanie pripomienok, písomná podoba projektu (38 bodov)

- absolvovanie záverečného písomného testu (overenie teoretických vedomostí), podmienkou je získanie 75% bodov (50 bodov)

Výsledky vzdelávania:

Študent sa oboznámi so základnými teoretickými východiskami marketingu služieb ako definícia marketingu služieb, rozdiel medzi službami a hmotnými produktmi, špecifiká marketingového mixu v oblasti služieb, marketingový výskum a spotrebiteľské správanie. Teoretické prednášky dopĺňajú príklady z praxe, prípadové štúdie a vypracovanie skupinových zadaní na aktuálne témy z praxe. V rámci prednášok vystúpia odborníci špecializujúci sa na marketing služieb v praxi.

Stručná osnova predmetu:

1. hodina: Podstata a charakteristika služieb, klasifikácia služieb, historický vývoj, význam služieb,
2. hodina: Špecifiká marketingu služieb, rozdiely medzi marketingom služieb a marketingom hmotných výrobkov, hlavné trendy vo vývoji služieb, faktory determinujúce rozvoj sektoru služieb
3. hodina: Možnosti zostavenia marketingového mixu služieb,
4. hodina: Marketingový nástroj "Produkt" v službách,

- 5. hodina: Marketingové rozhodnutia týkajúce sa cien služieb,
- 6. hodina: Marketingový nástroj "Distribúcia" v oblasti služieb,
- 7. hodina: Marketingová komunikácia pre podniky poskytujúce služby,
- 8. hodina: Marketingový nástroj "Personál" v oblasti poskytovania služieb,
- 9. hodina: Prvky materiálneho prostredia v oblasti poskytovania služieb,
- 10. hodina: Procesy v službách
- 11. hodina: Marketingový výskum v službách
- 12. hodina: Spotrebiteľské správanie v službách

Odporúčaná literatúra:

Základné:

CIBÁKOVÁ, V. -- RÓZSA, Z. -- CIBÁK, L. *Marketing služieb*. 1. vyd. Bratislava: IURA EDITION, 2008. 214 s. ISBN 80-8078-210-8.

ĎAĎO, J. -- PETROVIČOVÁ, J. -- KOSTKOVÁ, M. *Marketing služieb*. Bratislava: EPOS, 2006. 295 s. ISBN 80-8057-662-9.

VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služieb Efektívne a moderně*. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2721-9.

KELLER, K L. -- KOTLER, P. *Marketing Management*. Praha: Grada Publishing, 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

| Celkový počet hodnotených študentov: 185 | | | | | |
|--|--------|--------|-------|-------|-------|
| A | B | C | D | E | FX |
| 56,2 % | 25,9 % | 13,0 % | 2,7 % | 1,1 % | 1,1 % |

Vyučujúci:

Mgr. Anna Kasardová, PhD. (cvičiaci, prednášajúci, skúšajúci)

Dátum poslednej zmeny:

8. 6. 2021

Schválil:

prof. PhDr. Stanislav Benčíč, PhD.