

Popis předmětu

Zkratka předmětu:	KOD/MNO	Strana:	1 / 2
Název předmětu:	Marketingové nástroje v obchodě		
Akademický rok:	2019/2020	Tisknuto:	29.12.2019 08:27

Pracoviště / Zkratka	KOD / MNO	Akademický rok	2019/2020
Název	Marketingové nástroje v obchodě	Způsob zakončení	Zápočet
Akreditováno/Kredity	Ano, 3 Kred.	Forma zakončení	Kombinovaná
Rozsah hodin	Cvičení 2 [HOD/TYD]	Zápočet před zkouškou	NE
Obs/max	Statut A Statut B Statut C	Počítán do průměru	NE
Letní semestr	0 / - 0 / - 0 / -	Min. (B+C) studentů	nestanoveno
Zimní semestr	0 / - 0 / - 0 / -	Opakovaný zápis	NE
Rozvrh	Ano	Vyučovaný semestr	Zimní semestr
Vyučovací jazyk	čeština	Počet dnů praxe	0
Volně zapisovatelný předmět	Ano		
Hodnotící stupnice	S\N		
Hod. v komb. formě studia			
Automat. uzn. záp. před zk.	Ne		
Periodicita			
Nahrazovaný předmět	Žádný		
Vyloučené předměty	Nejsou definovány		
Podmiňující předměty	KOD/KZMA nebo KOD/YZMA nebo KOD/ZMA		
Splnit všechny podmiňující předměty před zápisem	NE		
Předměty informativně doporučené	Nejsou definovány		
Předměty, které předmět podmiňuje	Nejsou definovány		

Cíle předmětu (anotace):

Cílem předmětu je prohloubení znalostí z předmětu Marketing, a to aplikací marketingových nástrojů do oblasti obchodu. Na základě případových studií jsou objasněny vazby mezi jednotlivými nástroji a činnostmi marketingu v obchodě.

Požadavky na studenta

Požadavky k zápočtu:
docházka na semináře dle studijního řádu a vypracování případové studie (60 % úspěšnosti).

Obsah

Témata ke studiu:

1. Poznatelnost trhu obchodu, jako prostředníka mezi výrobou a spotřebou
2. Specifika marketingové činnosti v obchodu koneční spotřebitelé a dodavatelé
3. Význam a specifikace marketingové komunikace v obchodu (včetně naslouchání zákazníkovi)
4. Specifika marketingového mixu v obchodu (velkoobchod, maloobchod)
5. Lidé (people) jako specifická složka marketingového mixu služeb, tj. i obchodu
6. Specifika produktové politiky v obchodu - rozhodování obchodníka spojená s produktem.
7. Produkt jako nástroj marketingového mixu - různá pojetí produktu (položka, sortiment, virtuální produkt), značka a její význam, obal.
8. Cena produktů a cenová politika v obchodu - rozhodování obchodníka v souvislosti s cenou, cenovou politikou (dlouhodobě nízká cena produktu, akční ceny apod.).
9. Specifikace distribuce produktů - distribuční kanály, rozhodování o umístění jednotky.
10. Propagace produktů velkoobchod, maloobchod. Rozhodování obchodníka o formách podpory produktu, aplikace vybraných nástrojů v obchodě.
11. Význam reklamy v obchodu (velkoobchod a maloobchod).
12. Využití a význam podpory prodeje (velkoobchodníka a maloobchodníka)
13. Význam a využití nových technologií pro marketing v oblasti obchodu (mobilní telefon, internet, videoprojekce apod.). Př. internet jako komunikační médium, distribuční kanál, poskytovatel jedinečných produktů, ukazatel ceny.

Předpoklady - další informace k podmíněnosti studia předmětu

Předmět Marketingové nástroje v obchodě je podmíněn předměty: Marketing, Základy obchodu.

Získané způsobilosti

Po úspěšném absolvování budou studenti schopni realizovat marketingový mix v oblasti obchodu, tj. jak ve velkoobchodní, tak i maloobchodní činnosti a mohou zaujmout kvalifikované stanovisko v praxi.

Studijní opory**Garanti a vyučující**

- **Garanti:** Ing. Marie Švarcová, Ph.D.
- **Cvičící:** Ing. Marie Švarcová, Ph.D.

Literatura

- **Základní:** ŠVARCOVÁ, M. *Základní principy marketingu.* Praha, 2016.
- **Základní:** Burstiner, I. *Základy maloobchodního podnikání.* Praha: Victoria Publishing, 1994.
- **Doporučená:** Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. *Marketing očima světových marketing manažerů.* Brno: Computer Press, 2006.
- **Doporučená:** Lyková, I. *Marketingový audit a kontrola.* Praha, 2000.
- **Doporučená:** Kotler, P., Armstrong, G. *Principles of Marketing.* Upper Saddle River, 2010.

Vyučovací metody

Monologická (výklad, přednáška, instruktáž)
 Demontrace
 Projektová výuka
 Praktická výuka

Hodnotící metody

Analýza výkonů studenta
 Průběžné hodnocení

Předmět je zařazen do studijních programů:

Studijní program	Typ stud.	Forma	Obor	Etapa	V.st.pl.	Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Ekonomika a management	Bakalářský	Prezenční	Obchodní podnikání	1	2	2019	Blok B: Předměty studijního zaměření povinně volitelné	B	3	ZS
Ekonomika a management	Bakalářský	Prezenční	Obchodní podnikání	1	4	2019	Blok B: předměty studijního zaměření povinně volitelné	B	3	ZS