

E – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Marketing			
Typ předmětu	Povinně volitelný		dopor. ročník / semestr	3/LS
Rozsah studijního předmětu	2+0	hod. za týden	2	kreditů 3
Jiný způsob vyjádření rozsahu	není			
Způsob zakončení	zkouška		Forma výuky	Př.
Další požadavky na studenta	nejsou			
Vyučující	Ph.Dr.Ing. Jaroslava Dědková, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu				
Přednášky: 1. Úvod do marketingu, význam marketingu, hlavní zásady a základní pojmy marketingu. 2. Marketingový vývoj, úloha marketingu ve firmě. 3. Nástroje marketingového mixu, složky a jejich popis, výrobek. 4. Výrobek – životní cyklus výrobku, proces vývoje nového výrobku. 5. Cena - význam ceny v marketingu, cenové cíle, proces stanovení ceny, cenové metody. 6. Podstata distribuce, distribuční kanály pro spotřební a průmyslové výrobky, charakteristika VO, MO 7. Marketingová komunikace – její formy. 8. Strategické plánování, typy plánování, obsah marketingového plánu. 9. Získávání informací pro marketingová rozhodnutí, MIS. 10.Pojem trh a jeho členění, segmentace trhu, výhody segmentace, podmínky segmentace, kritéria segmentace. 11.Chování zákazníka, faktory ovlivňující zákazníka, rozhodovací proces zákazníka. 12. Marketingové prostředí a jeho vliv na činnost firmy, vlivy mikroprostředí, makroprostředí, SWOT analýza. 13.Plánování marketingové strategie pro mezinárodní trhy. 14.Marketing služeb.				
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)	4		hodin za semestr	
Rozsah a obsahové zaměření individuálních prací studentů a způsob kontroly				
Individuální práce studentů zaměřené na praktické řešení situací v podniku. Odevzdání semestrální práce. Písemný test.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná lit: DĚDKOVÁ, J., HONZÁKOVÁ, I.: Základy marketingu pro kombinované studium,1.vydání Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2005. ISBN 80-7083-908-2				
Doporučená lit: Kotler, P: Marketing management, Grada, Praha 1998, ISBN 80-7169-600-5 Horáková, I.: Marketing v současné světové praxi, Grada Praha 1992, ISBN 80-85424-83-5 McCarthy,E.J., Perreault,W.D.: Basic Marketing, Richard D.Irwin, Inc., 1990, ISBN 0-256-08398-3				
Časopisy: Marketing magazín, Trend marketing, http://www.marketingovenoviny.cz/				