

# Popis předmětu

<b>Zkratka předmětu:</b>	KOD/BZMMA	<b>Strana:</b>	1 / 2
<b>Název předmětu:</b>	SZZ Management a marketing		
<b>Akademický rok:</b>	2019/2020	<b>Tisknuto:</b>	11.07.2020 03:18

<b>Pracoviště / Zkratka</b>	KOD / BZMMA			<b>Akademický rok</b>	2019/2020
<b>Název</b>	SZZ Management a marketing			<b>Způsob zakončení</b>	Státní závěrečná
<b>Akreditováno/Kredity</b>	Ano, 0 Kred.			<b>Forma zakončení</b>	Kombinovaná
<b>Rozsah hodin</b>					
<b>Obs/max</b>	Statut A	Statut B	Statut C	<b>Zápočet před zkouškou</b>	NE
<b>Letní semestr</b>	39 / -	0 / -	0 / -	<b>Počítán do průměru</b>	NE
<b>Zimní semestr</b>	11 / -	0 / -	0 / -	<b>Min. (B+C) studentů</b>	nestanoveno
<b>Rozvrh</b>	Ano			<b>Opakovaný zápis</b>	NE
<b>Vyučovací jazyk</b>	čeština			<b>Vyučovaný semestr</b>	Zimní, Letní
<b>Volně zapisovatelný předmět</b>	Ano			<b>Počet dnů praxe</b>	0
<b>Hodnotící stupnice</b>	1 1,5 2 2,5 3 4				
<b>Počet hodin kontaktní výuky</b>					
<b>Automat. uzn. záp. před zk.</b>	Ne				
<b>Periodicita</b>					
<b>Nahrazovaný předmět</b>	Žádný				
<b>Vyloučené předměty</b>	Nejsou definovány				
<b>Podmiňující předměty</b>	KŘE/CMAN nebo KŘE/KAMAN nebo KŘE/MANZ nebo KŘE/MANZA nebo KŘE/QMANZ nebo KŘE/YMANZ a KOD/KZMA nebo KOD/YZMA nebo KOD/ZMA a KOD/CMV nebo KOD/KMR nebo KOD/KMV nebo KOD/MR nebo KOD/MV nebo KOD/YMR				

## Splnit všechny podmiňující předměty před zápisem

<b>Předměty informativně doporučené</b>	Nejsou definovány
<b>Předměty, které předmět podmiňuje</b>	Nejsou definovány

## Cíle předmětu (anotace):

Náplní daného předmětu je státní závěrečná zkouška z oblasti managementu a marketingu.

## Požadavky na studenta

Student musí prokázat znalost ucelěného přehledu základních pojmů a principů managementu, marketingu a marketingového výzkumu.

## Obsah

1. PODSTATA MANAGEMENTU
2. PLÁNOVÁNÍ
3. STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ
4. ORGANIZOVÁNÍ
5. VEDENÍ LIDÍ A ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ
6. MOTIVACE
7. ROZHODOVÁNÍ
8. MANAŽERSKÁ KOMUNIKACE
9. PODNIKOVÁ KULTURA
10. KONTROLOVÁNÍ
11. PODSTATA MARKETINGU
12. MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ
13. KONKURENČNÍ PROSTŘEDÍ, KONKURENCE
14. TRHY SPOTŘEBITELSKÉ A TRHY ZPROSTŘEDKOVATELSKÉ
15. SEGMENTACE TRHU

16. MARKETINGOVÝ INFORMAČNÍ SYSTÉM
17. MARKETINGOVÝ VÝZKUM
18. KVALITATIVNÍ MARKETINGOVÝ VÝZKUM
19. KVANTITATIVNÍ MARKETINGOVÝ VÝZKUM
20. PRODUKT
21. CENA PRODUKTU
22. UMÍSTĚNÍ (DISTRIBUCE) PRODUKTU
23. PODPOROVÁNÍ, PODNĚCOVÁNÍ (PROPAGACE) PRODUKTU
24. PROCES MARKETINGOVÉHO ŘÍZENÍ
25. MARKTING V APLIKACÍCH

#### Předpoklady - další informace k podmíněnosti studia předmětu

Management (MANZ/QMANZ), Marketing (ZMA/KZMA) a Marketingový výzkum (MV/KMV).

#### Získané způsobilosti

Student zná základní pojmy, teoretické principy a metody používané v oblasti managementu a marketingu. Získané teoretické znalosti je schopen uplatnit v praxi.

#### Studijní opory

#### Garanti a vyučující

#### Literatura

#### Vyučovací metody

#### Hodnotící metody

Ústní zkouška

#### Předmět je zařazen do studijních programů:

Studijní program	Typ stud.	Forma stud.	Obor	Etapa	V.st.pl.	Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Ekonomika a management	Bakalářský	Kombinovaná	Obchodní podnikání	1	4	2019	Blok SZZ: povinné předměty SZZ	A	3	LS
Ekonomika a management	Bakalářský	Kombinovaná	Obchodní podnikání	1	2	2019	Povinné předměty SZZ	A	3	LS
Ekonomika a management	Bakalářský	Prezenční	Obchodní podnikání	1	4	2019	Blok SZZ: povinné předměty SZZ	A	3	LS
Ekonomika a management	Bakalářský	Prezenční	Obchodní podnikání	1	4	2019	Blok SZZp: povinné předměty SZZ	A	3	LS
Ekonomika a management	Bakalářský	Prezenční	Obchodní podnikání	1	2	2019	Povinné předměty SZZ	A	3	LS
Ekonomika a management	Bakalářský	Kombinovaná	Obchodní podnikání	1	4	2019	Blok SZZ: povinné předměty SZZ	A	3	LS