

# Popis předmětu

<b>Zkratka předmětu:</b>	KOD/KMNO	<b>Strana:</b>	1 / 2
<b>Název předmětu:</b>	Marketingové nástroje v obchodě		
<b>Akademický rok:</b>	2019/2020	<b>Tisknuto:</b>	09.08.2020 03:21

<b>Pracoviště / Zkratka</b>	KOD / KMNO			<b>Akademický rok</b>	2019/2020
<b>Název</b>	Marketingové nástroje v obchodě			<b>Způsob zakončení</b>	Zápočet
<b>Akreditováno/Kredity</b>	Ano, 3 Kred.			<b>Forma zakončení</b>	Kombinovaná
<b>Rozsah hodin</b>	Konzultace 8 [HOD/SEM]				
<b>Obs/max</b>	Statut A	Statut B	Statut C	<b>Zápočet před zkouškou</b>	NE
<b>Letní semestr</b>	0 / -	0 / -	0 / -	<b>Počítán do průměru</b>	NE
<b>Zimní semestr</b>	0 / -	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 semestr
<b>Volně zapisovatelný předmět</b>	Ano			<b>Počet dnů praxe</b>	0
<b>Hodnotící stupnice</b>	S\N				
<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>	KOD/KZMA nebo KOD/YZMA nebo KOD/ZMA				

## Splnit všechny podmiňující předměty před zápisem

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

## Obsah

Témata seminářů: Produkt ? rozhodování obchodníka spojená s produktem, různá pojetí produktu (položka, sortiment, virtuální produkt), značka a její význam, obal. Cena ? rozhodování obchodníka v souvislosti s cenou, cenovou politikou (dlouhodobě nízká cena produktu, akční ceny apod.). Distribuce ? distribuční kanály, rozhodování o umístění jednotky. Marketingová komunikace ? rozhodování obchodníka o komunikačním mixu, aplikace vybraných komunikačních nástrojů v obchodě. Internet ? internet jako komunikační médium, distribuční kanál, poskytovatel jedinečných produktů, ukazatel ceny.

## Předpoklady - další informace k podmíněnosti studia předmětu

## Získané způsobilosti

## Studijní opory

## Garanti a vyučující

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

## Literatura

---

**Vyučovací metody**


---



---

**Hodnotící metody**


---



---

**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	2	2019	Blok B: Předměty studijního zaměření povinně volitelné	B	3	ZS

---