

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Vysoká škola Danubius	
Fakulta: Fakulta verejnej politiky a verejnej správy	
Kód predmetu: FVPVS.KVPVE/ MVSd/17	Názov predmetu: Marketing vo verejnom sektore
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 3 Za obdobie štúdia: 42 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: seminárna práca, písomná skúška	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu bude schopný uplatňovať poznatky v podnikateľskom subjekte, na základe osvojených poznatkov predmetu. Predmet Strategický marketing vymedzuje podstatu strategického riadenia podnikov, typológie marketingových stratégií, konkurenčné analýzy a stratégie. Poukazuje na dôležitosť strategickej marketingovej situačnej analýzy, na marketingovú stratégiu podniku a tvorbu marketingového plánu v rámci definovaných Strategických podnikateľských jednotiek a jednotlivých marketingových nástrojov. Poslaním je oboznámiť študentov s procesom tvorby marketingovej stratégie, jej základnými komponentmi a nástrojmi ktoré využíva. Definovať jednotlivé zložky marketingového mixu a funkčnej úrovni. Vytvoriť komplexný marketingový mix rešpektujúci strategické varianty v konkurenčnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: 1.teoretické vymedzenie pojmu strategický marketing 2 výskum trhu, riadenie podniku 3.strategické plánovanie 4.typológia marketingových stratégií, konkurenčné analýzy 5.implementácia marketingových stratégií- hodnotenie, kontrola 6.marketingový mix: výrobová, distribučná, komunikačná a cenová politika 7.uplatnenie marketingového procesu v riadiacom systéme firmy. 8.finančný plán. Konečná redakcia podnikateľského plánu. 9. seminárne práce	
Odporúčaná literatúra: Lesáková, D. a kol.: Strategický marketing, vydavateľstvo Sprint dva, Bratislava 2011, Fifield, P.: Marketing strategy. Routledge, 2012, . Peterson R., Kerin, R.: Markting Strategy. Published - Jong Wiley & sons Ltd, 2011 Kerin, R.: Strategic marketing problems: cases and comments. Upper Saddle River,Pearson/ Prentice Hall 2007. Mláky, J.: Produkt a konkurencia. Vydavateľstvo Ekonóm 2009,	

Horáková, H.: Strategický marketing. Praha:Grada Publishing, 2003, 1 Jakubíková, D: Strategický marketing, Stratégia a trendy. Praha: Grada Publishing, 2008,					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 129					
A	B	C	D	E	FX
11.63	19.38	34.88	24.81	9.3	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Dušan Masár, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 03.09.2024					
Schválil: prof. PhDr. Monika Čambáliková, CSc.					