

Predmet: Základy marketingu

Zodpovedný učiteľ predmetu: *Ing. Jozef Matúš, CSc.*

- Vymedzenie marketingu a jeho úloha v ekonomike
- Základné pojmy marketingu a podstata marketingovej koncepcie
- Filozofie /konšepcie/ marketingového manažmentu
- Ciele marketingového systému
- Marketingové plánovanie
- Strategické plánovanie a jeho štruktúra
- Štruktúra marketingového plánu produktu alebo značky
- Marketing a ostatné podnikové funkcie
- Faktory ovplyvňujúce marketingovú stratégiu firmy
- Riadenie marketingového úsilia – základné funkcie marketingového manažmentu
- Formy organizácie marketingu vo firme
- Štruktúra a význam marketingového informačného systému
- Podstata a typy marketingového výskumu
- Charakteristika marketingového prostredia
- Analýza podnikového mikroprostredia
- Hlavné faktory makroprostredia podniku
- Audit marketingového prostredia
- Segmentácia, cieľový trh a trhová pozícia
- Stratégia trhovej pozície a marketingový mix
- Spotrebiteľské trhy a nákupné správanie spotrebiteľa
- Faktory ovplyvňujúce nákupné správanie spotrebiteľa
- Trhy organizácií a nákupné správanie organizácií
- Hlavné faktory ovplyvňujúce nákupné správanie organizácie
- Marketingový mix, jeho štruktúra a tvorba
- Produkt, značka, balenie a označenie produktu
- Vývoj nových výrobkov a stratégie životného cyklu výrobku
- Význam ceny v marketingovom mixe a analýza faktorov, ktoré ovplyvňujú tvorbu cien
- Všeobecné prístupy k určovaniu cien
- Aké funkcie v marketingovom mixe tvoria distribučné kanály
- Ciele a rozhodovanie o fyzickej distribúcii
- Organizácia marketingových systémov a distribučných kanálov
- Marketingová komunikácia a tvorba komunikačného mixu
- Podstata, význam a funkcie reklamy
- Média a reklama
- Charakteristika a základné nástroje Public relations
- Základné nástroje a ciele podpory predaja
- Osobný predaj a základné úlohy manažmentu predaja
- Charakteristika medzinárodného marketingu
- Stratégie vstupu na zahraničný trh
- Zahraničné trhy a marketingový mix
- Základná charakteristika marketingu služieb a neziskových organizácií
- Marketing územia, myšlienok sociálny marketing
- Marketing a spoločnosť – spoločenská kritika marketingu
- Princípy spoločensky orientovaného marketingu
- Etické princípy v marketingu