

<b>Názov vysokej školy</b>	<b>EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE</b>
<b>Názov fakulty:</b>	Obchodná fakulta
<b>PROJEKT PREDMETU</b>	
<b>IDENTIFIKAČNÉ ÚDAJE</b>	
<b>Názov gestorského pracoviska:</b>	Katedra marketingu
<b>Kód predmetu:</b>	
<b>Typ predmetu:</b>	povinný
<b>Názov predmetu v slovenskom jazyku (úplný):</b>	Marketingové analýzy
<b>Názov predmetu v anglickom jazyku (úplný):</b>	Marketing analysis
<b>Názov predmetu v jazyku výučby (úplný; v prípade, ak je jazyk výučby iný ako SJ alebo AJ):</b>	
<b>Priezvisko, meno a tituly garanta predmetu (v tvare priezvisko, meno, tituly):</b>	LESÁKOVÁ Dagmar, prof. Ing. CSc.
<b>Priezvisko, meno a tituly vyučujúcich predmetu:</b>	HANULÁKOVÁ Eva, doc. Ing. PhD., LESÁKOVÁ Dagmar, prof. Ing. CSc., VOKOUNOVÁ Dana, Ing. PhD.
<b>Obdobie štúdia:</b>	2. stupeň
<b>Ročník štúdia:</b>	2. ročník denné štúdium 2. ročník externé štúdium
<b>Semester štúdia:</b>	zimný
<b>Jazyk výučby:</b>	slovenský
<b>Forma výučby:</b>	prednáška seminár
<b>Rozsah výučby (celkový) v hodinách pre denné štúdium:</b>	52 hod
<b>Rozsah výučby (týždenný) v hodinách pre denné štúdium:</b>	2/2
<b>Rozsah výučby (celkový) v hodinách pre externé štúdium:</b>	20 hod.
<b>Spôsob ukončenia predmetu:</b>	skúška
<b>Počet kreditov ECTS:</b>	5

<b>Študijná záťaž:</b>	Denné štúdium Účasť na prednáškach 26 hodín, účasť na seminároch 26 hodín, príprava na semináre 16 hodín, príprava na semestrálne testy 16 hodín, prezentácia seminárneho projektu 16 hodín, príprava na skúšku 30 hodín. Externé štúdium Účasť na konzultáciách 20 hodín, Príprava na konzultácie 40 hodín, Príprava na skúšku 70 hodín.
<b>Podmieňujúce predmety (ak existujú):</b>	Strategický marketing, Výskum trhu
<b>Priebežné hodnotenie:</b>	projekt priebežné testy
<b>Záverečné hodnotenie:</b>	písomná skúška
<b>Stručná osnova predmetu:</b>	Podstata a typy marketingových analýz. Metódy marketingových analýz. Kvalitatívne a kvantitatívne analýzy trhu, zákazníkov, ponuky a marketingového outputu. Marketingové metriky, Práca s výberovými súbormi. Testovanie výsledkov marketingových analýz.
<b>Študijná literatúra:</b>	LESÁKOVÁ, D. - HANULÁKOVÁ, E.-VOKOUNOVÁ, D. (2010). Marketingové analýzy. Hronský Beňadik : Netri, 2010. ISBN 978-80-89416-03-5. LESÁKOVÁ, D. - HANULÁKOVÁ, E.-VOKOUNOVÁ, D. (2006). Marketingové analýzy. Bratislava : Ekonóm, 2006.

## VYUČOVACIE METÓDY A METÓDY HODNOTENIA

<b>Vyučovacie / študijné metódy umožňujúce dosiahnutie vzdelávacích výstupov):</b>	Prednášky, semináre, prípadové štúdie, brainstorming, brainwriting.
<b>Metódy hodnotenia dosiahnutia vzdelávacích výstupov a ich podiel:</b>	Priebežný semestrálny test 7 % Záverečný semestrálny test 7 % Vypracovanie a prezentácia projektu 6 % Záverečná písomná skúška 80 %

## INÉ ZÁZNAMY

<b>Osobitné podmienky pre ukončenie predmetu (ak existujú):</b>	Nie sú
<b>Dátum poslednej aktualizácie projektu:</b>	31.03.2014
<b>Podpis garanta:</b>	