

Názov vysokej školy	EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
Názov fakulty:	Fakulta podnikového manažmentu
PROJEKT PREDMETU	
IDENTIFIKAČNÉ ÚDAJE	
Názov gestorského pracoviska:	Katedra podnikovohospodárska
Kód predmetu:	
Typ predmetu:	povinný
Názov predmetu v slovenskom jazyku (úplný):	Odbytová stratégia
Názov predmetu v anglickom jazyku (úplný):	Sales Strategy
Názov predmetu v jazyku výučby (úplný; v prípade, ak je jazyk výučby iný ako SJ alebo AJ):	
Priezvisko, meno a tituly garanta predmetu (v tvare priezvisko, meno, tituly):	MAJTÁN Štefan, prof. Ing. PhD.
Priezvisko, meno a tituly vyučujúcich predmetu:	GRANČIČOVÁ Katarína, Ing. PhD., HRUŠOVSKÁ Dana, Ing. PhD., MAJTÁN Štefan, prof. Ing. PhD.
Obdobie štúdia:	2. stupeň
Ročník štúdia:	1. ročník denné štúdium 2. ročník denné štúdium 2. ročník externé štúdium
Semester štúdia:	zimný letný
Jazyk výučby:	slovenský
Forma výučby:	prednáška cvičenie
Rozsah výučby (celkový) v hodinách pre denné štúdium:	52 hod
Rozsah výučby (týždenný) v hodinách pre denné štúdium:	2/2
Rozsah výučby (celkový) v hodinách pre externé štúdium:	28 hod.
Spôsob ukončenia predmetu:	skúška
Počet kreditov ECTS:	6

Študijná záťaž:	<u>Denné štúdium:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Celková študijná záťaž v hodinách: 156 • účasť na prednáškach 26 hod. • účasť na cvičeniach 26 hod. • príprava na cvičenia 26 hod. • spracovanie seminárnych prác 28 hod. • príprava na skúšku 50 hod. <u>Externé štúdium:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Celková študijná záťaž v hodinách: 156 • účasť na prednáškach 28 hod. • príprava na prednášky 40 hod. • spracovanie seminárnych prác 38 hod. • príprava na skúšku 50 hod.
Podmieňujúce predmety (ak existujú):	Marketing
Priebežné hodnotenie:	písomná práca priebežné testy
Záverečné hodnotenie:	písomná skúška
Stručná osnova predmetu:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Všeobecná podstata odbytovej stratégie a jej súvislosti 2. Odbytové stratégie zamerané na zákazníka 3. Odbytové stratégie zamerané na konkurentov 4. Odbytové stratégie zamerané na produkt 5. Odbytové stratégie zamerané na marketingovú komunikáciu 6. Odbytové stratégie zamerané na distribúciu
Študijná literatúra:	Základná: MAJTÁN, Š. a kol.: Odbytová stratégia. Bratislava 2013, Sprint 2, ISBN 978-80-89393-92-3 GRANČIČOVÁ, K. a kol.: Odbytová stratégia. Praktikum. Bratislava 2013, Vydavateľstvo EKONÓM, ISBN 978-80-225-3592-2 Odporúčaná: HANZELKOVÁ, A. – KAŘKOVSKÝ, M. – ODEHNALOVÁ, D. – VYKYPĚL, O.: Strategický marketing. Teorie pro praxi. Praha 2009. C. H. BECK. ISBN 978-80-7400-120-8 JAKUBÍKOVÁ, D.: Strategický marketing. Strategie a trendy. Praha 2009. Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2690-8 LESÁKOVÁ, D. a kol.: Strategický marketing. Bratislava 2007. Sprint vfra. ISBN 978-80-890-85-92-7
VYUČOVACIE METÓDY A METÓDY HODNOTENIA	
Vyučovacie / študijné metódy umožňujúce dosiahnutie vzdelávacích výstupov):	Priamy kontakt: - výučba bude prebiehať formou prednášok a cvičení pod vedením vyučujúceho v pomere 1 : 1 - výsledky domácej prípravy budú prezentované vystúpeniami na cvičeniach (individuálnymi aj skupinovými) - v prípade potreby môžu študenti využiť na individuálne konzultácie konzultačné hodiny vyučujúcich Celkový počet kontaktných hodín: 52 Nekontaktné vzdelávacie metódy: - spracovanie prípadových štúdií (individuálnych aj kolektívnych) - samoštúdium (príprava na cvičenia a skúšku) Celkový počet nekontaktných hodín: 104
Metódy hodnotenia dosiahnutia vzdelávacích výstupov a ich podiel:	<ul style="list-style-type: none"> - 10 % hodnotenie individuálnej aktivity na cvičeniach - 30 % hodnotenie semestrálnych zadaní (prípadové štúdium a pod.) - 60 % záverečná skúška
INÉ ZÁZNAMY	
Osobitné podmienky pre ukončenie predmetu (ak existujú):	Nie.

Dátum poslednej aktualizácie projektu:	26.02.2014
Podpis garanta:	