

Vysoká škola:	EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE				
Fakulta:	Obchodná fakulta				
Gestorské pracovisko:	Katedra marketingu				
INFORMAČNÝ LIST PREDMETU					
Kód predmetu:					
Názov predmetu:	Marketingové analýzy				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:					
Forma výučby:	prednáška seminár		Metóda výučby:	prezenčná	
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:	20 hod.
Počet ECTS kreditov:	5				
Odporúčaný semester:	zimný 2. ročník denné štúdium 2. ročník externé štúdium				
Stupeň štúdia:	2. stupeň				
Podmieňujúce predmet:	Strategický marketing, Výskum trhu				
Podmienky pre absolvovanie predmetu:	projekt priebežné testy písomná skúška Priebežný semestrálny test 7 % Záverečný semestrálny test 7 % Vypracovanie a prezentácia projektu 6 % Záverečná písomná skúška 80 %				
Výsledky vzdelávania:	<p>Cieľom predmetu je poskytnúť poznatky o súbore analytických metód používaných v marketingu na účely pochopenia zákazníkov a trhov; vysvetliť spôsob aplikácie súboru kvalitatívnych a kvantitatívnych metód v analýzach dát používaných na zostavenie deskriptívnych, kauzálnych a exploratívnych projektov; demonštrovať použitie marketingových analýz v procesoch marketingového rozhodovania a marketingového manažmentu.</p> <p>Vedomosti a ich porozumenie: schopnosť analyzovať a vysvetliť súvislosti marketingových aktivít a celkového výkonu podniku; schopnosť definovať problémy marketingu a na báze marketingovej analýzy navrhnúť ich riešenie; schopnosť vysvetliť prínos jednotlivých metód výskumu na riešenie marketingových problémov.</p> <p>Praktické zručnosti: schopnosť komplexne aplikovať metódy výskumu na podporu manažérskeho rozhodovania; schopnosť aplikovať metódy analýzy na riešenie komplexných marketingových problémov; schopnosť interpretovať výsledky marketingových analýz a navrhnúť riešenia marketingových problémov, schopnosť kriticky hodnotiť alternatívy marketingových riešení.</p> <p>Kompetencie: schopnosť vyhľadávať a analyzovať informácie potrebné na tvorbu marketingových analýz (práca s informáciami), schopnosť odvodit závery na podporu marketingového manažmentu.</p>				
Stručná osnova predmetu:	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.				
Odporúčaná literatúra:	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.				

Jazyk:	slovenský					
Poznámky:	Nie sú					
Hodnotenie predmetov:	A	B	C	D	E	FX
Priezvisko, meno a tituly garanta predmetu:	LESÁKOVÁ Dagmar, prof. Ing. CSc.					
Vyčujúci:	HANULÁKOVÁ Eva, doc. Ing. PhD., LESÁKOVÁ Dagmar, prof. Ing. CSc., VOKOUNOVÁ Dana, Ing. PhD.					
Dátum poslednej zmeny:	31.03.2014					
Schválil:						