



Tematické okruhy pro Státní závěrečné zkoušky

Obor: Ekonomika podniku

Název SZZ: Marketing

Prerekvizity:

1. Marketingová komunikace
2. Marketingové řízení

Vypracoval:	Mgr. Zdeněk Caha, MBA, Ph.D. Ing. Roman Švec, Ph.D.	Podpis:	
Schválil garant oboru	doc. Ing. Marek Vochozka, MBA, Ph.D.	Podpis:	
Datum vydání	2. 7. 2018		
Platnost od:	pro nástup ZS 2016		
Platnost do:	Odvolení		

Tematické okruhy

1. Marketingová komunikace, model marketingové komunikace
2. Reklama
3. Public relations, sponzoring
4. Corporate identity
5. Podpora prodeje, komunikace v místě prodeje, přímý marketing
6. Veletřhy a výstavy, B2B komunikace, event marketing, osobní prodej
7. Internetová komunikace a nové trendy marketingové komunikace
8. Principy marketingového řízení, marketingové prostředí
9. Marketingová situační analýza
10. Analýza konkurence firmy, měření a předvídání tržní poptávky
11. Řízení produktového portfolia
12. Značka
13. Řízení distribučních cest a logistika v marketingu
14. Problematika internacionalizace
15. Mezinárodní marketingový mix, adaptace, vs. standardizace
16. Formy vstupu na mezinárodní trhy
17. Formy vstupu na mezinárodní trhy
18. Rizika a platby v mezinárodním marketingu
19. Holistický marketing a hodnota poskytovaná zákazníkům
20. Společenská odpovědnost firem a etika v marketingu, integrovaná marketingová komunikace

Doporučená literatura

Marketingová komunikace

povinná literatura

KARLÍČEK, M a P KRÁL. Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3541-2.

PŘIKRYLOVÁ, J. Moderní marketingová komunikace. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3622-8.

FREY, Petr. Marketingová komunikace : to nejlepší z nových trendů. 2., rozš. vyd. Praha: Management Press, 2008. 195 s. ISBN 978-80-7261-160-7.

PELSMACKER, Patrick de, Maggie GEUENS a Joeri van den BERGH. Marketingová komunikace. In Expert. Praha: Grada, 2003. 581 s. Expert. ISBN 80-247-0254-1.

doporučená literatura

VAREY, Richard J. Marketing Communication : An Introduction to Contemporary Issues [elektronický zdroj]. Routledge, 2001. 415 s. ISBN 9780203466919

SVOBODA, V. Public relations moderně a účinně. 2. vydání, Praha : Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2866-7

VYSEKALOVÁ, Jitka a kolektiv. Emoce v marketingu : jak oslovit srdce zákazníka. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2014. 289 s. ISBN 978-80-247-4843-6.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. Marketing služeb : efektivně a moderně. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2014. 268 s. ISBN 978-80-247-5037-8.

KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. Principles of marketing. 15th global ed. Harlow: Pearson, 2014. 716 s. ISBN 978-0-273-78699-3.

KOTLER, Philip a Levin Lane KELLER. Marketing management. 14. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2013. 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.

Marketingové řízení

povinná literatura

KOTLER, Philip a Levin Lane KELLER. Marketing management. 14. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2013. 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Strategický marketing: strategie a trendy. 2. vydání. Praha: Grada, 2013. 362 s. ISBN 978-80-247-4670-8.



doporučená literatura

MACHKOVÁ, Hana a Alexej SATO. Mezinárodní obchodní operace. 6. aktual. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2014. 256 s. ISBN 978-80-247-4874-0.

MACHKOVÁ, Anna, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. Mezinárodní obchodní operace. 5. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. 240 s. ISBN 978-80-247-3237-4.

SLABÁ, Marie. Marketing management I : studijní opora pro kombinované studium. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, 2011. 156 s. ISBN 978-80-87278-84-0.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. Marketing management. Thirteenth ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2008. 662 s. ISBN 978-0-13-600998-6.