

Název studijního předmětu: **MARKETING**

Vymezení studijního předmětu: základ oboru – povinný

Ročník: 3.

Semestr: zimní a letní

Způsob výuky: přednáška – 1 hod / cvičení – 1 hod

Uzavření: klasifikovaný zápočet

Přednášející: Mgr. Jana Janulíková, kontakt: jana.janulikova@seznam.cz, 606717732

Rozvrh: úterý 15.05-18.05, 1x za 14 dní (viz termíny níže)

Konzultace: e-mailem, dále dle individuální domluvy

CÍL:

Cílem kurzu je osvojení základů marketingu, seznámení a pochopení jeho významu pro úspěšnou a efektivní činnost v tržním prostředí. Součástí kurzu jsou také praktické aplikace jednotlivých okruhů.

TERMÍNY VÝUKY ZS

2013: 8.10., 22.10., 5.11., 19.11., 3.12., 17.12.

2014: 14.1.

TERMÍNY VÝUKY LS

2014: 18.2., 7.3., 18.3., 1.4., 8.4., 29.4., 13.5. (test), 20.5. (náhr. termín test)

OBSAH KURZU

- základní marketingové pojmy a koncepce, historie marketingu
- marketingové prostředí
- chování kupujících na trhu
- trh a cílený marketing
- marketingový mix (product, price, placement, promotion)
- marketingový komunikační mix
- marketingový informační systém, marketingový výzkum
- marketingové plánování
- marketingové analýzy
- marketing služeb
- marketing v neziskovém sektoru
- artmarketing
- brandmarketing
- současné trendy marketingu

ORGANIZACE VÝUKY

- program setkání: prezentace studentů na zadaná témata, teoretický diskurs a aplikace teorie na praktické oblasti, diskuse nad zadanou literaturou – vyžaduje se aktivní účast studentů
- vyžadované studijní prameny: povinná literatura, prezentace a další materiály poskytnuté ve výuce, marketingové časopisy

PODMÍNKY ABSOLVOVÁNÍ KURZU

- účast na setkáních
- zvládnutí povinné literatury a zadaných studijních textů
- aktivní přístup

ZS

- prezentace (1. téma, 2. publikace, 3. časopis)

- zvládnutí písemného testu, min. 60% (28.1. 2014)
- odevzdání teoretické seminární práce na vybrané téma z okruhů ZS v rozsahu min 7.000 znaků (včetně mezer) / max 8.000 znaků do 28.1.2014 – téma je nutno nechat schválit (možno použít jako téma pro prezentaci)

LS

- prezentace (1. téma, 2. publikace, 3. časopis - aktuální případová studie)
- zvládnutí písemného testu, min. 75% (13.5., náhr. termín 20.5. 2014)
- odevzdání teoretické seminární práce na vybrané téma z okruhů LS v rozsahu min 7.000 znaků (včetně mezer) / max 8.000 znaků (datum odevzdání 31.5. 2014) – téma je nutno nechat schválit

POŽADAVKY K PREZENTACÍM

1. Prezentace: téma
 - rozsah: cca 15 minut
 - zdroje: informace poskytované daným subjektem (web, komunikační výstupy, příp. vyžádané podklady), základní (a doporučená) literatura, odborné časopisy a internetové zdroje

ZS

 - marketing subjektu z oblasti kultury a umění v ČR nebo zahraničí (popis, aplikování teorie, stanovisko k reálnému stavu vzhledem k teorii, ke konkurenci, moderním trendům)

LS

 - marketing vlastního projektu z oblasti kultury / umění (téma podléhá schválení pedagoga)
2. Prezentace: odborná publikace
 - ne starší 5 let
 - jedna v angličtině (prezentace v češtině)

ZS / LS

 - obsah publikace, struktura, způsoby interpretace témat, osoba autora, zajímavosti, doporučení
 - praktické informace: vydavatel, cena, dostupnost
 - dle možnosti fyzická ukázka knížky (v případě nedostupnosti kopie přední obálky a obsahu)
 - rozsah: cca 10-15 minut
3. Prezentace: odborný časopis
 - rozsah cca 10-15 minut

ZS

 - profil periodika (obsah, témata, struktura), představení obsahu posledních pěti vydání (témata, texty, osobnosti), aktuální vydání, představení vybrané případové studie
 - praktické informace: vydavatel, periodicita, cena, dostupnost
 - dle možnosti fyzická (příp. elektronická) ukázka aktuálního vydání

LS

 - aktuální případová studie z praxe dle vlastního výběru

POVINNÁ STUDIJNÍ LITERATURA A ZDROJE:

1. **Prezentace z výuky**
2. **Kotler, P.: Moderní marketing. Praha, Grada 2007. nebo Kotler, P., Armstrong, G.: Marketing: úvod. Praha, Grada 2004.**
3. **Boučková, J. a kol.: Marketing. Praha, C.H. Beck 2003.**

DOPORUČENÁ STUDIJNÍ LITERATURA:

- Aaker, D.A.: Brandbuilding – budování značky. Brno, Computer Press 2003.
- Alsbury, A.; Jay, R.: Marketing, to nejlepší z praxe. Praha, Computer Press 2002.
- Bačuvčík, R.: Marketing neziskového sektoru. Zlín, UTB 2006.
- Bačuvčík, R.: Divadlo, filharmonie a studenti. Zlín, Verbum, 2008, CD-ROM.
- Bačuvčík, R.: Nákupní chování obyvatel České republiky na trzích kulturních produktů 2008. Zlín, Verbum, 2009, CD_ROM.
- Bačuvčík, R.: Kultura a my. Zlín, Verbum, 2009.
- Bajčan, R.: Techniky public relations aneb Jak pracovat s médii. Praha, Management Press 2003.
- Bek, M.: Hudební posluchači v České republice 2001. Výzkumný grantový projekt Ministerstva kultury, Brno 2002.
- Boček, M.: POP. In store komunikace v praxi. Praha, Grada 2009.
- Boučková, J. a kol.: Marketing. Praha, C.H. Beck 2003.
- Byron, D.L.: Blogy: publikuj a prosperuj. Praha, Grada 2008.
- Clemente, M.: Slovník marketingu. Brno, Computer Press 2004.
- Clow, K.: Reklama, propagace a marketingová komunikace. Brno, Computer Press 2008.
- Cooper, J.: Marketingové plánování. Praha: Grada 1999.
- Fisk, P.: Staňte se marketingovým géniem. Brno, Computer Press 2006.
- Foret, M., Procházka, P., Urbánek, T.: Marketing: základy a principy. Brno, Computer Press 2005.
- Foret, M.: Marketing místního rozvoje a cestovního ruchu. Znojmo, SVŠE 2008.
- Francová, E.: Marketing ve školství. Olomouc, Univerzita Palackého 2003.
- Frey, P.: Marketingová komunikace: to nejlepší z nových trendů. Praha, Management Press 2008.
- Glogar, A.: Marketingové plánování, controlling a audit. Zlín: UTB ve Zlíně 2006.
- Kotler, P.: Social marketing. Strategies for changing public behavior. New York, Free Press 1976.
- Godin, S.: Všichni marketéři jsou lháři. Praha, Management Press 2006.
- Hálek, V.: Marketing obcí. Hradec Králové, Gaudeamus 2008.
- Hannagan, T.: Marketing pro neziskový sektor. Praha, Management Press 1996.
- Hanzelková, A.: Strategický marketing. Teorie pro praxi. Praha Grada 2009.
- Hesková, M.: Marketingová komunikace. Moderní trendy v marketingu. Praha, Oeconomica 2009.
- Hughes, M.: Buzzmarketing. Praha, Management Press 2006.
- Jakubíková D.: Marketing v cestovním ruchu. Praha, Grada 2009.
- Janečková, L.; Vašítková, M. Marketing služeb. Praha, Grada Publishing 2000.
- Johnová, R.: Marketing kulturního dědictví a umění. Praha, Grada 2008.
- Kaiser, M.: The Art of the Turnaround: Creating and Maintaining Healthy Arts Organizations. Brandeis University Press 2008.
- Kaiser, M.: Strategické plánování v umění. Praha: Institut umění - Divadelní ústav 2009.
- Kalka, J.: Marketing podle cílových skupin. Brno, Computer Press 2007.
- Kashani, K.: Proč už neplatí tradiční marketing. Brno, Computer Press 2007.
- Kermally, S.: Největší představitelé marketingu. Brno, Computer Press 2006.
- Kerrigan, Finola; Fraser, Peter; Özbilgin, Mustafa (ed.): Arts Marketing. Oxford, Butterworth-Heinemann 2004.
- Kesner, L.: Marketing a management muzeí a památek. Praha, Grada 2005.
- Knight, P.: Vysoce efektivní marketingový plán. Praha, Grada 2007.
- Koudelka, J.: Spotřební chování a segmentace trhu. Praha, VŠEM 2006.
- Kotler, P.: Marketing Management, Praha, Grada 2007.
- Kotler, P.: Moderní marketing. Praha, Grada 2007.
- Kotler, P.: Marketing v pohybu. Praha, Management Press 2007.
- Kotler, P.: Marketing podle Kotlera. Praha, Management Press 2006.
- Kotler, P.: 10 smrtelných marketingových hříchů. Praha, Grada Publishing 2005.

Kotler, P.: Inovativní marketing. Praha, Grada 2005.

Kotler, P.: Marketing v otázkách a odpovědích. Brno, CP Books 2005.

Kotler, P., Armstrong, G.: Marketing: úvod. Praha, Grada 2004.

Kotler, P.: Marketing od A po Z. Praha, Management Press 2003.

Kotler, P.: Marketing Management, Praha, Grada 2001.

Kotler, P., Andreasen, A. R.: Strategic Marketign for Non-profit Organizations. Prentice Hall, 1997.

Kotler, P.; Roberto, E. L. Social Marketing – Strategies for Changing Public Behaviour. New York, The Free Press 1989.

Kottler, P.; Scheff, J. Standing Room Only: strategies for marketing the performing arts. Boston, Harvard Business School Press 1987.

Koudelka, J.: Marketing: principy a nástroje. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2007.

Kumar, N.: Marketing jako strategie vedoucí k úspěchu. Praha, Grada 2008.

Levinson, J.C.: Guerilla marketing: neúčinnější a finančně nenáročný marketing. Brno, Computer Press 2009.

Lesáková, D.: Marketingové analýzy. Bratislava: Ekonóm 2006.

Machková, H.: Mezinárodní marketing. Praha, Grada 2009.

Molek, J.: Marketing sociálních služeb. Praha, VÚPSV 2009.

Nash, E.L.: Direct marketing. Praha, Computer Press 2003.

Olins, W.: O značkách. Praha, Argo: Dokořán 2009.

Newman, D.: Subscribe now! Building Arts Audiences. New York: Theatre Communications Group 1986.

Patalas, T.: Guerillový marketing: jak s malým rozpočtem dosáhnout velkého úspěchu. Praha, Grada 2009.

Payne, A.: Marketing služeb. Praha, Grada 1996.

Pelsmacker, P., Geuens, M., Van den Bergh, J.: Marketingová komunikace. Praha, Grada 2003.

Pilík, M.: Chytrý marketing. Zlín, UTB 2008.

Přibová M, Tesar. G. a kol.: Strategické řízení značky. Případové studie. Praha, Professional Publishing 2003.

Reifová, I.: Slovník mediální komunikace. Portál, Praha, 2004.

Ries, A.: 22 věčných zákonů marketingu. Praha, Management Press 1997.

Sedláček, J.: E-komerce. Internetový a mobil marketing od A do Z. Praha, BEN 2006.

Scott, D.M.: Nová pravidla marketingu a PR. Brno, Zoner Press 2008.

Siering, D.: Art marketing. Start: Benešov, 1998.

Skořepa, L.: Marketing měst a obcí. České Budějovice, VŠERS 2008.

Solomon, M.: Marketing očima světových marketing manažerů. Brno, Computer Press 2006.

Soukalová, R.: Strategický marketing. Zlín, FMK UTB 2004, učební text.

Světlík, J.: Marketing – cesta k trhu. Plzeň, Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk 2005.

Světlík, J.: Marketing a reklama. Zlín, FMK UTB 2004, učební text.

Světlík, J.: Marketing pro evropský trh. Praha, Grada 2003.

Světlík, J.: Marketing školy. Zlín, Copyright 1996.

Svoboda, R.: Marketing vzdělávání. Ostrava, Ostravská univerzita 2003.

Šimková, E.: Management a marketing v praxi neziskových organizací. Hradec Králové, Gaudeamus 2009.

Smolíková, Marta. Management v kultuře. Praha, 2008.

Šindler, P.: Event marketing. Praha, Grada 2003.

Škarabelová, Simona. Marketing ve veřejném sektoru. Brno, MU 2007.

Škarabelová, Simona. Komunikace a Public Relations. Brno, MU 2005.

Ekonomika kultury a masmédií. Edited by Simona Škarabelová - Jarmila Neshybová - Jaroslav Rektorič. Brno, MU 2007.

Tajtáková, Mária; Klepochová, Dagmar; Žák, Štefan. Prieskum postojov VŠ študentov k opere a baletu. SND Bratislava: 2004.

Toman, M.: Intuitivní marketing. Praha, Management Press 2007.

Tomek, G., Vávrová, V.: Výrobek a jeho úspěch na trhu. Grada Publishing: Praha, 2001.
Tomlinson, R. Box Office Marketing. Arts Council of England: London, 1998.
Valentine, J. L.: Síla MLM: networking – marketing podpora. Hodkovičky: Pragma 2004.
Váňa, P.: Jak získávat nové zákazníky. I., II., III. Praha, Omega, 2006.
Vašítková, M.: Marketing služeb: efektivně a moderně. Praha, Grada 2008.
Vysekalová, J.: Psychologie spotřebitele. Praha, Grada 2004.
Wessling, H.: Aktivní vztah k zákazníkům pomocí CRM. Praha, Grada 2003.
Westwood, J.: Jak sestavit marketingový plán. Praha, Grada Publishing 2000.
Wunderman, Lester: Direct marketing. Praha: Grada, 2004.
Zyman, S.: Konec marketingu, jak jsme jej dosud znali. Praha, Management Press 2005.

Odborné časopisy:

MaM.ihned.cz / Marketing a média

Strategie.e15.cz / Strategie

marketingsales.tyden.cz / MarketingSalesMedia

cms-cma.cz / Časopis České marketingové společnosti

iDirekt.cz / Direkt (direct marketing)

event-promotion.cz / Event & Promotion (event marketing a sales promotion)

marketingovenoviny.cz

Doporučené internetové portály / marketing v kultuře:

proculture.cz

artsmarketing.org

artsmarketing.blogspot.com

artistshousemusic.org

musicmarketingworld.com

musicmarketing.com

lovable-marketing.com

ad.

Doporučuji sledovat publikace z vydavatelství Grada, Management Press, Computer Press.