



European  
School  
of Business  
& Management



## SYLABUS MODULU

### 5. Marketingová komunikace a argumentace

**Lektor: Mgr. Jiří Kocich, MBA**

**Anotace modulu:**

Marketingovou komunikací rozumíme všechny komunikační aktivity, jejichž prostřednictvím se firma snaží ovlivnit vědomosti, postoje a chování zákazníka týkající se produktů nebo služeb, které firma na trhu nabízí. Organizace si také uvědomují, že jsou pro ně důležití nejenom zákazníci, ale i další skupiny lidí a organizací. Významná je komunikace s akcionáři, s finančním světem, se zaměstnanci a jejich rodinami, médií i vládními organizacemi. Společnost potřebuje informovat své financiéry, zaměstnance, tisk a další zájemce o důležitých firemních událostech, a navíc získat a udržet si pozitivní image a později také reputaci. Společný termín pro tyto aktivity je „korporátní komunikace“.

**Cíl modulu:**

Cílem předmětu je seznámit studenty se všemi podstatnými teoretickými pojmy a informacemi k praktickému využití reklamy, direct marketingu, podpory prodeje, PR, event marketingu a sponzoringu, osobního prodeje a online komunikace. V centru pozornosti výkladu je takové pojetí marketingové komunikace, které vychází z marketingového plánu firmy. Předmět umožní studentům získat teoretické a praktické znalosti a zároveň pochopit širší souvislosti marketingové komunikace v současném socioekonomickém prostoru.

## Literatura:

1. BEDNÁŘ, Vojtěch. *Mediální komunikace pro management*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3629-7.
2. JESENSKÝ, Daniel. *Marketingová komunikace v místě prodeje: POP, POS, in-store, shopper marketing*. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-271-0252-5.
3. JURÁŠKOVÁ, Olga a Pavel HORŇÁK. *Velký slovník marketingových komunikací*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4354-7.
4. KARLÍČEK, Miroslav. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu. 2., aktualizované a doplněné vydání*. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5769-8.
5. KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.
6. PŘIKRYLOVÁ, Jana. *Moderní marketingová komunikace. 2. přepracované vydání*. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2.
7. VYSEKALOVÁ, Jitka. *Emoce v marketingu: jak oslovit srdce zákazníka*. Praha: Grada, 2014. Expert (Grada). ISBN 978-80-2474843-6.