



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 důležité 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.

European School of Business & Management SE

Londýnská 376/57, 120 00 Praha 2
IČ: 29299306, DIČ: CZ29299306

☎ + 420 221 620 232 ✉ info@esbm.cz
☎ + 420 603 836 740 🌐 www.esbm.cz

