

Študijný plán pre denné štúdium

Študijný program: **MARKETINGOVÝ A OBCHODNÝ MANAŽMENT**

Študijný odbor: **Obchod a marketing**

		1. ročník					2. ročník																		
		1. semester					2. semester					3. semester					4. semester								
Typ	Názov predmetu	P	S	Z	S	K	P	S	Z	S	K	P	S	Z	S	K	P	S	Z	S	K				
P	Nákup a predaj	2	2		S	5																			
P	Operácie v zahraničnom obchode	2	2		S	5																			
P	Ochrana duševného vlastníctva	2	2		S	5																			
P	Distribučný manažment						2	2		S	5														
P	Spotrebiteľské správanie						2	2		S	5														
P	Informačné systémy marketingu						2	2		S	5														
P	Marketingová komunikácia											2	2		S	5									
P	Manažment obchodnej firmy											2	2		S	5									
P	Cenové rozhodovanie v marketingu											2	2		S	5									
P	Marketingové analýzy											2	2		S	5									
P	Spotrebiteľská politika											2	2		S	5									
P	Strategický marketing	2	2		S	5																			
P	Produktové manažerstvo	2	2		S	5																			
P	Inovačný manažment	2	2		S	5																			
P	Manažment ľudských zdrojov						2	2		S	5														
P	Marketingové aplikácie						2	2		S	5														
P	E-commerce																2	2		S	5				
P	Seminár k diplomovej práci 1						0	2	Z	2															
P	Seminár k diplomovej práci 2										0	2	Z	2											
P	Seminár k diplomovej práci 3															0	2	Z	2						
P	Odborná prax															0	4	Z	4						
PVP	Povinne voliteľný predmet 1						0	2		S	3														
PVP	Povinne voliteľný predmet 2										0	2		S	3										
PVP	Povinne voliteľný predmet 3 CJ										0	2		S	3										
VP	Výberový predmet															0	2		S	3					
P ŠS	Diplomová práca a jej obhajoba																			ŠS	4				
P ŠS	Manažment obchodnej firmy a distribučný manažment																			ŠS	3				
P ŠS	Nástroje obchodnej politiky																			ŠS	3				
P ŠS	Strategický marketingový manažment																			ŠS	3				
P ŠS	Manažment ľudských zdrojov a inovačný manažment																			ŠS	3				
		12	12	0	6	30	10	14	1	6	30	10	16	1	7	33	2	10	2	2	27				
		P	S	Z	S	K	P	S	Z	S	K	P	S	Z	S	K	P	S	Z	S	K				
Týždenná hodinová výmera – HT		HT 24					HT 24					HT 26					HT 12								
		34	52	4	21	120																			

Vysvetlivky:

P - povinný predmet, PVP - povinne voliteľný predmet

P - prednášky, S - semináre, Z - zápočty, S - skúšky, K - kredity

VP - výberový predmet, P ŠS - predmet štátnej skúšky

Povinne voliteľné predmety

Povinne voliteľný predmet 1
Franchising
Hodnotenie úspešnosti marketingových projektov
Komparatívne testovanie produktov
Manažment značky
Metodika realizácie marketingového výskumu
Multimédiá v obchode
Obchodné rokovanie B
Public relations
Segmentácia trhu

Povinne voliteľný predmet 2
Dizajn produktu
Manažment znalostí v praxi
Marketingové poradenstvo a outsourcing
Nové trendy v komunikáciách
Pracovné právo
Priamy marketing
Reklama
Spotrebiteľské právo
Trendy vývoja maloobchodu

Povinne voliteľný predmet 3 CJ
Marketing technologických inovácií v AJ
Udržateľný marketing v AJ

V rámci skupiny PVP 1, PVP 2 a PVP 3 je študent povinný si vybrať jeden z ponúkaných predmetov a ukončiť ho predpísanou formou. Ako Povinne voliteľný predmet si vyberá predmet, ktorý stanoví fakulta v rámci ponuky povinne voliteľných predmetov. Ponuka povinne voliteľných predmetov pre daný akademický rok je zverejnená v Akademickom informačnom systéme a výber predmetov prebieha tiež v Akademickom informačnom systéme.

Výberový predmet

Ako Výberový predmet si študent môže vybrať ľubovoľný predmet v rámci iných fakúlt EU, ak tento nie je a nebude počas štúdia v tomto odbore jeho povinným predmetom, alebo si študent môže vybrať ľubovoľný predmet v rámci iných študijných odborov a programov, ak tento predmet nie je a nebude počas štúdia jeho povinným predmetom. Ako výberový predmet si môže študent vybrať aj predmety z ponuky povinne voliteľných predmetov pre tento študijný program, ak ho ešte neabsolvoval. Vybraný predmet je študent povinný ukončiť predpísanou formou.