

Sylabus pro předmět

ROLE DAT V PRODUCT/BRAND MANAGEMENTU

Kód předmětu:	3MG570
Název v jazyce výuky:	Role dat v product/brand managementu
Název česky:	Role dat v product/brand managementu
Název anglicky:	The Role of Data in Product/Brand Management
Počet přidělených ECTS kreditů:	6
Forma výuky kurzu:	konzultační při semestrální výuce
Forma ukončení kurzu:	zkouška
Jazyk výuky:	čeština
Doporučený typ a ročník studia:	magisterský navazující (druhý cyklus): 1
Semestr:	ZS 2023/2024
Vyučující:	doc. Ing. Miroslav Karlíček, Ph.D. (garant)
Omezení pro zápis:	žádné
Doporučené doplňky kurzu:	žádné
Vyžadovaná praxe:	žádná

Zaměření předmětu:

Jak product/brand manažer využívá marketingová data? Studenti se naučí, jak data pomáhají těmto manažerům (uživatelům marketingových dat) v jejich strategických a taktických rozhodnutích. Dozví se, k čemu data v marketingu slouží a jak je interpretovat.

Výsledky učení:

posoudit roli product/brand manažera v rámci organizace
vyhodnotit datové potřeby a očekávání product/brand manažera
interpretovat marketingová data na strategické i taktické úrovni marketingového rozhodování
identifikovat a vyhodnocovat způsoby, jak překonat potenciální konflikty mezi marketingovými manažery (uživateli dat) a datovými analytiky

Obsah předmětu:

Role product/brand manažera a jak jsou jeho rozhodnutí podporována daty
Data pro strategická marketingová rozhodnutí
Data pro marketingovou komunikaci
Systémy marketingových hodnotících kritérií
Implementace marketingového zpravodajství a konflikty mezi marketingovými manažery (uživateli dat) a datovými analytiky

Způsob studia, metody výuky a studijní zátěž (počet hodin):

Druh	Počet hodin studijní zátěže
	Prezenční studium
Účast na přednáškách	24
Příprava na přednášky	20
Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech	24
Příprava na cvičení/semináře/tutoriály	20
Příprava semestrální práce	68
Celkem	156

Způsoby a kritéria hodnocení:

Druh	Váha
	Prezenční studium
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích	50 %
Vypracování semestrální práce	50 %
Celkem	100 %

Hodnocení:

Zkoušky

1 Výborně (90 – 100 %)

2 Velmi dobře (75 – 89 %)

3 Dobře (60 – 74 %)

4 Nedostatečně (0 – 59 %)

Zápočty

Z Započteno

NZ Nezapočteno

Zvláštní podmínky a podrobnosti:

Tento kurz byl spolufinancován Evropskou unií, Národním plánem obnovy z projektu NPO_VŠE_MSMT-16603/2022

Literatura:

Typ*	Autor	Název	Místo vydání	Nakladatel	Rok	ISBN
Z	DVOŘÁKOVÁ, Michaela; KARLÍČEK, Miroslav; KRÁL, Petr	Jak na marketingovou komunikaci	Praha	Grada	2023	978-80-271-5013-7
Z	KARLÍČEK, Miroslav	Základy marketingu	Praha	Grada Publishing, a.s.	2018	978-80-247-5869-5
D	Grigsby, M. (2022).	Marketing analytics: A practical guide to improving consumer insights using data techniques.	Kogan Page Publishers.			

* Z – základní literatura D – doporučená literatura