

VŠE / VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
Zuzana Šedivá CS ↕

---

Následníka - 3MG570 Role dat v product/brand managementu...
Zapnout režim úprav

**NAVIGACE**

- ▼ Nástěnka
  - 🔗 Můj přehled semestrů
    - > Hlavní nabídka
  - ▼ Moje kurzy
    - > Testovací kurz Hábová
    - > 14CI123
    - > Testovací kurz Šedivá
    - > Ukázkový test a import testových otázek
    - > ENG FA
    - > ENG STS
    - > STS
    - > PP
    - > Příklady dobré praxe
    - > Krizové situace
    - ▼ **3MG570\_2023\_ZS**
      - > Účastníci
      - 📄 Oznámky
      - 📁 Základní informace o kurzu
      - 📁 Role product/brand manažera
      - 📁 Marketingové dashboardy
      - 📁 Analýza tržních dat
      - 📁 Analýza zákaznických dat
      - 📁 Data pro komunikační kampaň
      - 📁 Závěrnost prodejů a atributů značky na komunikaci ...
    - 🔗 Více...

## 3MG570 Role dat v product/brand managementu (2023/2024 ZS)



**Základní informace o kurzu**



**Role product/brand manažera**



**Marketingové dashboardy**



**Analýza tržních dat**



**Analýza zákaznických dat**



**Data pro komunikační kampaň**



**Závěrnost prodejů a atributů značky na komunikaci...**

**Správa**

- ▼ Správa kurzu
  - 🔗 Nastavení
  - 🔗 Absolvování kurzu
  - 🔗 Rozšířené atributy kurzu
  - 📁 Obrázky
    - > Uživatelé
  - ⚙ Filtry
  - 📋 Seřadit
  - 🔗 Nastavení hodnocení
    - > Odmazky
  - ➡ Import
  - 🔄 Záloha
  - ↺ Obnovit
  - ↶ Reset
  - > Banka účtů

**VŠE**  
 Vysoká škola ekonomická v Praze  
 nám. W. Churchilla 1938/4  
 130 67 Praha 3 - Žitov

Helpdesk Moodle VŠE ?

© 2024 PragoData Consulting, s.r.o.

## NAVIGACE

- Nástěnka
- Můj přehled semestrů
- Hlavní nabídka
- Moje kurzy

## SPRÁVA

- Správa stránky
- Nastavení
- Lokálně přidělené role
- Oprávnění
- Kontrola oprávnění
- Filtrování
- Protokoly
- Záloha
- Obnovit

&gt; Správa kurzu

## PŘIDAT BLOK

Přidat...

## Organizační informace o kurzu

Označit jako hotovo

## Obsah a zaměření kurzu

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.

[Sylabus předmětu](#) je uveden v [INSIS](#).

## Cíle a výsledky učení

Po absolvování kurzu studenti budou umět:

- 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.

## Vyučující kurzu

doc. Ing. Miroslav Karlíček, Ph.D.

Konzultační hodiny jsou uvedeny v [INSIS](#).

## Hodnocení kurzu

- Aktivní účast na výuce 50 %
- Projekt 50 %
  - Projekt Unilever a Dentsu (30 %)
  - Individuální seminární práce s MML-TGI (20 %).

## Podmínky užití obsahu kurzu

Na všechny materiály (včetně fotografií, obrázků a videosekvencí) uvedené v tomto kurzu, a to ať přímo vložením v Moodle nebo odkazem, se vztahují autorská práva a jejich užití je dovoleno pouze pro osobní potřebu. Dle § 30 Autorského zákona lze pro osobní potřebu zhotovit jakýkoliv záznam, rozmnoženinu nebo napodobeninu díla, kterou však není dovoleno dále šířit nebo zveřejňovat.

Národní  
plán  
obnovyFinancováno  
Evropskou unií  
NextGenerationEUMINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVYToto dílo podléhá licenci Creative  
Commons - Uveďte původ  
- zachovejte licenci 4.0 mezinárodní.

Tento studijní materiál vznikl za podpory Evropské unie, Next Generation EU v rámci Národního plánu obnovy České republiky v projektu Modernizace a digitalizace Vysoké školy ekonomické v Praze.

Naposledy změněno: středa, 26. června 2024, 16:27

Přejít na...

[Sylabus předmětu ►](#)