

Marketingová komunikace

zimní semestr 2023/2024

Podmínky předmětu:

- **50% povinná účast** na seminářích.
- Odevzdání SP na zadané téma a její prezentace (**25 bodů**) – součást celkového hodnocení + **40 bodů** ze zkouškového písemného testu - pro získání zkoušky min. **60 %**, tzn. **39 bodů**.
- Dobrovolné vypracování 3 cvičných testů v IS v daných časových intervalech (příprava na zkoušku). V případě dosažení maximálního počtu bodů z daného testu student může získat **1 bonusový bod (celkově 3 body)**.

Informace k seminářům:

- Nahlášení téma SP a týmu na prvním (druhém) semináři.
- Prezentace SP ve stanoveném termínu (prezentují všichni členové týmu).
- Odevzdání SP do IS.

Obsahové a formální náležitosti SP:

- **Téma: APLIKACE VYBRANÉ PROBLEMATIKY NA KONKRÉTNÍ PŘÍKLADY Z PRAXE**
- Seminární práce bude vypracována ve skupinkách (počet studentů ve skupině určí vyučující).
- **Odevzdání:** do IS ve tvaru `prijmeni_datumprezentace` například: `(smutna,zly,vesela_05102023)`
- Prezentace seminární práce bude probíhat během semestru dle harmonogramu vyučujícího. Prezentovaná problematika bude navazovat na téma přednášky.
- Prezentace by měla trvat cca 10 - 15 minut (nutné respektovat toto časové rozpětí!).
- Prezentace by měla být zaměřena především na praktickou ukázkou zvolené problematiky. Cílem není prezentovat teorii marketingové komunikace!
- **Struktura prezentace není stanovená – důležité je zaujmout, vybrat to nejzajímavější a nejdůležitější!!!**

Hodnocení SP - prezentace:

| PREZENTACE | Body – max. |
|--|-------------|
| Obsahová stránka – prezentace zvolené problematiky | 15 |
| Forma zpracování (vzorky, videa, obrázky, interakce) | 5 |
| Formální aspekty: celkový dojem, formát prezentace, projev, dodržení času, kooperace v týmu) | 5 |
| Body celkem | 25 |

Témata seminárních prací – prezentací (prezentace se zaměří na červeně označený text):

| Týden výuky | APLIKACE TEMATIKY NA KONKRÉTNÍ PŘÍKLADY | | Datum prezentace |
|-------------|---|--|------------------------------|
| 4 | Reklama <ul style="list-style-type: none"> • Kooperativní reklama. | Reklama <ul style="list-style-type: none"> • Sociální reklama. | 18/10 19/10 |
| 5 | Doporučovatelé v reklamě <ul style="list-style-type: none"> • Slavné osobnosti, odborníci a laikové v reklamě. | Emoce v reklamě <ul style="list-style-type: none"> • Humor a strach v reklamě. | 25/10 26/10 |
| 10 | Alternativní formy Product placement versus skrytá nelegální reklama. | Alternativní formy <ul style="list-style-type: none"> • Zelený marketing versus green washing. | 29/11 30/11 |
| 11 | Legislativa a etika v MK <ul style="list-style-type: none"> • Legislativní podmínky využití nástrojů přímého marketingu. | Legislativa a etika v MK <ul style="list-style-type: none"> • Příklady srovnávací reklamy v ČR a zahraničí. | 6/12 7/12 |
| 12 | Dodatečné téma MK <ul style="list-style-type: none"> • Influencer marketing v ČR | Dodatečné téma MK <ul style="list-style-type: none"> • Ambush sponzorství v ČR | 13/12 14/12 |