

prof. Ing. Ľudmila Nagyová, PhD.

Ing. Zdenka Kádeková, PhD.

NÁVODY NA CVIČENIA

Z PREDMETU

marketingová komunikácia

Nitra 2018

Vydala Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre
vo Vydavateľstve SPU

Názov: Návody na cvičenia z predmetu marketingová komunikácia

Autori: prof. Ing. Ľudmila Nagyová, PhD. (0,54 AH)
Katedra marketingu a obchodu
FEM, SPU v Nitre

Ing. Zdenka Kádeková, PhD. (3,01 AH)
Katedra marketingu a obchodu
FEM, SPU v Nitre

Recenzenti: prof. Ing. Dušan Šimo, CSc.
doc. Ing. Patrik Rovný, PhD.

Schválila rektorka Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitre dňa 18. 12. 2018
ako návody na cvičenia.

© Ľ. Nagyová, Z. Kádeková, Nitra 2018

ISBN 978-80-552-1955-4

Obsah

Predslov.....	6
1 Public Relations	
1.1 Teoretické vymedzenie problematiky	7
Definícia Public Relations	7
Dôležitosť PR pri budovaní dobrého mena a imidžu spoločnosti	8
Cieľové skupiny PR.....	10
Pravidlo pencils	10
1.2 Nástroje a nové formy public relations.....	11
1.3 Praktické ukážky a úlohy	13
Úloha 1.2	14
Otázky na zamyslenie	15
1.4 Prípadová štúdia	15
Zoznam použitej literatúry	17
2 Sponzoring	
2.1 Teoretické vymedzenie problematiky	18
Členenie sponzoringu	19
Sponzorstvo a šport	20
Výhody a nevýhody sponzoringu	21
Integrovaná marketingová komunikácia a sponzoring	21
2.2 Praktické ukážky a úlohy	23
Úloha 2.1	23
Úloha 2.2	23
Úloha 2.3	24
2.3 Prípadová štúdia 1	24
2.4 Prípadová štúdia 2	25
Zoznam použitej literatúry	28
3 Podpora predaja	
3.1 Teoretické vymedzenie problematiky	29
Nástroje podpory predaja	30
Podpora predaja spotrebiteľov	30

Podpora predaja sprostredkovateľov	32
Podpora predaja na obchodný personál	32
3.2 Praktické ukážky a úlohy	33
Úloha 3.1	33
Úloha 3.2	33
Úloha 3.3	33
3.3 Prípadová štúdia 1	34
3.4 Prípadová štúdia 2	37
Zoznam použitej literatúry	39
4 Priamy marketing	
4.1 Teoretické vymedzenie problematiky	40
Charakteristika priameho marketingu	40
Znaky priameho marketingu.....	41
Výhody priameho marketingu	42
Nástroje priameho marketingu	42
Direct mail – priama poštová zásielka.....	43
Neadresná zásielka – plošná distribúcia	44
Telemarketing a mobilný marketing.....	44
Spotrebiteľský klub.....	45
4.2 Direct mailová akcia.....	45
4.2 Praktické ukážky a úlohy	47
Úloha 4.1	47
Úloha 4.2	47
4.3 Prípadová štúdia.....	47
Zoznam použitej literatúry	50
5 Osobný predaj	
5.1 Teoretické vymedzenie problematiky	52
Osobný predaj ako nástroj marketingovej komunikácie	53
Pribeh osobného predaja.....	53
5.2 Praktické ukážky a úlohy	55
Úloha 5.1	55
Úloha 5.2	56

5.3 Prípadová štúdia 1	58
5.4 Prípadová štúdia 2	60
Zoznam použitej literatúry	63
6 Medzifiremná komunikácia	
6.1 Teoretické vymedzenie problematiky	64
Obchodná komunikácia	64
Medzifiremná komunikácia	65
6.2 Praktické ukážky a úlohy	66
Úloha 6.1	66
Úloha 6.2	67
Zoznam použitej literatúry	69

Predslov

Vysokoškolská cvičebnica pod názvom „Návody na cvičenia z predmetu Marketingová komunikácia“ bola vypracovaná kolektívom autorov Katedry marketingu a obchodu Fakulty ekonomiky a manažmentu Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitre ako jeden z výstupov projektu KEGA č. 038SPU-4/2016 „Implementácia nových technológií a interdisciplinárnych vzťahov v praktickej výučbe spotrebiteľských štúdií“, ktorá je plne prispôbená pre riešenie praktických úloh a seminárov v laboratóriu. Študijná pomôcka prepája viaceré interdisciplinárne prístupy a rozširuje zručnosti študentov 2. stupňa študijného programu Agrárny obchod a marketing v rámci predmetu „Marketingová komunikácia“ podľa aktuálnych požiadaviek praxe.

Vysokoškolská cvičebnica je určená študentom Fakulty ekonomiky a manažmentu Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitre, ale aj ostatným záujemcom z radov manažérov, podnikateľov a ďalších, ktorí podporujú interdisciplinárne prístupy pri získavaní nových poznatkov o spotrebiteľskom správaní a vnímaní. Nové poznatky vďaka využívaniu najmodernejších informačných technológií odкрývajú mnohé príležitosti. Záleží na odhodlaní, flexibilitě a kreativite ľudských zdrojov, s akým nadšením ponúkané výzvy a technologické možnosti súčasnej doby prijímú a pozerú sa na bežné veci inak.

prof. Ing. Ľudmila Nagyová, PhD.

Ing. Zdenka Kádeková, PhD.

autorky

Autori:

prof. Ing. Ľudmila Nagyová, PhD. – Ing. Zdenka Kádeková, PhD.

Názov:

Návody na cvičenia z predmetu marketingová komunikácia

Vydavateľ: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre

Vydanie: prvé

Rok vydania: 2018

Náklad: 500 ks

AH-VH: 3,55-3,69

Neprešlo redakčnou úpravou vo Vydavateľstve SPU.

ISBN 978-80-552-1955-4