



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

MARKETING SLUŽEB

1. Podmínky předmětu

Ing. Veronika Kopřivová, Ph.D.
PEM



Podmínky předmětu

- **50% účast seminářích**
- **Semestrální projekt**
- **Zápočet**





SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Semestrální projekt I

KOGNITIVNÍ ZKRESLENÍ V KONTEXTU MARKETINGU SLUŽEB

Na základě nejnovějších vědeckých poznatků z dané oblasti bude každý tým interpretovat fakta o vlivu konkrétního kognitivního zkreslení na spotřebitele v kontextu jeho rozhodování o nákupu služeb.

Semestrální projekt II



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Každý tým (2 studenti) si zvolí 1 ze stanovených otázek.
- Každá otázka je zaměřená na zjišťování vlivu jednoho konkrétního kognitivního zkreslení na rozhodování spotřebitele v oblasti služeb.
- Odpovědi na položené otázky je nutné vyhledávat ve vědeckých publikacích.

Semestrální projekt III



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Forma prezentace jako taková není stanovená.**
- **Nesmí chybět tvrdá data.**
- **Je důležité zaujmout, vybrat to nejdůležitější.**
- **Prezentujte vlastními slovy.**
- **Myšlenky, kterou chcete sdělit publiku, musíte nejdřív porozumět vy sami.**

Semestrální projekt IV



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Samotná prezentace bude probíhat v předem určeném termínu během semináře.**
- **V rámci prezentace je nutné zapájet publikum.**
- **Předpokládá se, že ostatní účastníci semináře nebudou pasivní a budou do diskuze vstupovat a následně dané prezentace také hodnotit.**

Semestrální projekt V



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Prezentace by měla trvat max. 12 minut.**
- **Prezentují oba členové týmu.**
- **SP = prezentace. SP není zpracována ve wordové podobě, pouze v podobě prezentace.**
- **Odevzdání – prezentaci je nutné vložit do „Odevzdáárny“.**

Semestrální projekt VI



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Cíle formulované s ohledem na kultivaci dovednostního potenciálu členů týmů:

- **Rozšiřování vlastního poznání a znalostí týkajících se kognitivních zkreslení, lidského chování a psychiky, což tvoří základ pro pochopení toho, jak zákazník přemýšlí.**
- **Budování způsobilosti vyhledávat nejnovější poznatky týkající se konkrétní oblasti přímo ve vědecké literatuře.**
- **Posilování kompetence porozumět psanému textu.**
- **Rozvíjení schopnosti transformace složitého modelu/systému/konceptu v jednoduchou a výstižnou myšlenku.**
- **Osvojování si dispozice interpretovat tvrdá data publiku stravitelným způsobem.**
- **Zlepšování prezentačních dovedností a práce s publikem.**



Hodnocení SP

Vhodná interpretace zvolené problematiky	3 body
Zajímavost (videa, obrázky), projev (čtení x spontánní)	3 body
Stručnost, dodržení času, kooperace v týmu, interakce s publikem	
Grafika prezentace, celkový dojem	
CELKEM	6 bodů

Na závěr...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

*„Američtí vědci zjistili, že lidé věří
všemu, co američtí vědci zjistili.“*

...hezký zbytek dne! 😊