

# PEMBPMAK, PEMBPMK1

## zimní semestr 2021/2022

### Podmínky předmětu:

- 50% povinná účast na seminářích.
- Odevzdání SP na zadané téma a její prezentace (**20 bodů**) – součást celkového hodnocení + **50 bodů** ze zkouškového písemného testu - pro získání zkoušky min. **60 %**, tzn. **42 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 **2 bonusové body (celkově 6 bodů)**.

### 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.
- Možnost získat bonusové body za aktivní přístup na seminářích (**max. 5 bodů**).

### Obsahové a formální náležitosti SP:

- **Téma: APLIKACE VYBRANÉ PROBLEMATIKY NA KONKRÉTNÍ PŘÍKLADY Z PRAXE**
- Seminární práce bude vypracována ve skupinách (2 studenti/skupina).
- **Odevzdání:** do IS ve tvaru `prijmeni_datumprezentace` například: `(smutna,zly,vesela_05102021)`
- Prezentace seminární práce bude probíhat během semestru dle harmonogramu vyučujícího. Prezentovaná problematika bude navazovat na přednášky.
- Prezentace by měla trvat cca 15 – 20 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	<b>10</b>
Forma zpracování (vzorky, videa, obrázky, interakce)	<b>5</b>
Formální aspekty: celkový dojem, formát prezentace, projev, dodržení času, kooperace v týmu)	<b>5</b>
<b>Body celkem</b>	<b>20</b>

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

Týden výuky	APLIKACE TEMATIKY NA KONKRÉTNÍ PŘÍKLADY		Datum prezentace
4	<b>Reklama</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reklama s tematikou COVID.</b></li> </ul>	<b>Reklama</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reklama firem s tematikou LGBT+.</b></li> </ul>	19/10
5	<b>Doporučovatelé v reklamě</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Odborníci versus slavné osobnosti v reklamě a jejich schopnost ovlivnit cílové publikum.</b></li> </ul>	<b>Emoce v reklamě</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Aktuální sociální reklamy s využitím emocí v ČR a zahraničí.</b></li> </ul>	26/10
6	<b>Podpora prodeje</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Význam věrnostních programů a jejich obliba u zákazníků.</b></li> </ul>	<b>Podpora prodeje</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Význam, podoba a míra využití POP-UP stores v ČR.</b></li> </ul>	2/11
7	<b>Direct marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kreativní offline DM kampaně na B2C trhu v letech 2020-2021.</b></li> </ul>	<b>Direct marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kreativní online DM kampaně na B2C trhu v letech 2020-2021.</b></li> </ul>	9/11
8	<b>Public Relations</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>CSR aktivity firem a jejich vliv na zákazníky.</b></li> </ul>	<b>Public Relations</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Úspěšně a neúspěšně zvládnuté krizové komunikace firem v letech 2020-2021.</b></li> </ul>	16/11
10	<b>Sponzoring</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sponzorství v době konání LOH v Tokiu v roce 2021.</b></li> </ul>	<b>Sponzoring</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ambush sponzoring.</b></li> </ul>	23/11
11	<b>Osobní prodej</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verbální x neverbální komunikace, komunikace vlastním vzhledem personálu v maloobchodě (zvolit si konkrétní prodejny, porovnat, popsat vlastní zkušenost).</b></li> </ul>	<b>Osobní prodej</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Multilevel marketing v ČR (princip fungování, provizní systém, strukturování prodejců, motivační programy apod.).</b></li> </ul>	30/11
12	<b>Nové trendy</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ambientní marketing.</b></li> </ul>	<b>Nové trendy</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Product placement.</b></li> </ul>	7/12