

Tematické okruhy

Štátne záverečné skúšky PHF EU, šk. r. 2002/2003

MARKETING

1. *Organizovanie, realizácia, hodnotenie a kontrola marketingových činnosti podniku.*
2. *Riadenie priameho marketingu a ON LINE marketingu.*
3. *Riadenie predávajúcej sily podniku.*
4. *Realizácia reklamných činnosti a inzercie v podniku.*
5. *Riadenie obchodnej propagácie a public relations.*
6. *Tvorba a riadenie integrovanej marketingovej komunikácie.*
7. *Riadenie veľkoobchodných a maloobchodných podnikov.*
8. *Koncepcie chápania logistiky, vývoj logistiky, podniková logistika..*
9. *Výber a riadenie marketingových distribučných ciest.*
10. *Tvorba cenových stratégií a programov.*
11. *Riadenie služieb na podporu podnikania.*
12. *Marketing služieb a cestovného ruchu.*
13. *Produktová politika podniku.*
14. *Marketingové stratégie v životnom cykle produktu.*
15. *Riadenie procesu vývoja nového produktu.*
16. *Umiestňovanie trhovej ponuky a odlíšenie sa od konkurencie.*
17. *Segmentácia trhu a výber cieľových trhov.*
18. *Identifikácia konkurencie a tvorba informačného systému o konkurencii.*
19. *Analýza priemyselných a obchodných trhov a ich nákupných zvyklostí.*
20. *Analýza spotrebných trhov a nákupného správania sa spotrebiteľa.*
21. *Analýza marketingového prostredia.*
22. *Marketingový informačný systém.*
23. *Prostredie a meranie dopytu.*
24. *Charakter a obsah marketingového plánovania.*
25. *Medzinárodný marketing ako prvok filozofie podnikania a politika získavania zákazníka v podmienkach globalizácie trhov.*
26. *Rozhodovanie o marketingovej a implantačnej stratégií na svetových trhoch.*
27. *Rozhodovanie o podnikovej, komunikačnej a distribučnej stratégií v podmienkach medzinárodných trhov.*
28. *Tvorba a riadenie realizácie medzinárodného plánu.*
29. *Morálny a etický princíp získavania marketingových informácií. Podniková kultúra.*
30. *Informačné základy strategického a marketingového plánovania.*
31. *Zásady implementácie marketingových stratégií.*
32. *Organizačné, právne a obchodné podmienky medzinárodných práv, prepravné dokumenty.*
33. *Výskum trhu, projekt a organizácia výskumu trhu.*
34. *Výskum imidžu podniku, uvádzania nového výrobku na trh a efektívnosť marketingovej komunikácie.*
35. *Platobný styk v zahraničnom obchode.*
36. *Obchodné operácie v zahraničnom obchode.*

LITERATÚRA

1. BALÁŽ, P. a kol.: Medzinárodné podnikanie. Bratislava : Sprint, 1997.
2. DUDINSKÁ, E. : Medzinárodný marketing. Bratislava : Ekonóm, 1999.
3. DUDINSKÁ, E. : Moderný marketing. Prešov : Mana Con, 1999.
4. DUDINSKÁ, E.. Základy marketingu. Bratislava : Vyd. EKONÓM, 1999.
5. DUDINSKÁ, E.: Globálny marketing. Bratislava : Vyd. EKONÓM, 2001.
6. FORET, M. : Marketingová komunikace. Brno, 1997.
7. KITA, J. : Marketing. Bratislava : JURA, 2000.
8. KORČMÁROŠ, J. : Obchodné operácie v zahraničnom obchode. Bratislava : Ekonóm, 2000.
9. KOTLER, P. : Marketing management. Praha : Grada, 1998, 2000.
10. LÁBSKA, H. : Marketingová komunikácia. Bratislava : ES EU, 1994.
11. LIPKOVÁ, Ľ. : Svetové hospodárstvo. Bratislava : Sprint, 2000.
12. LIESKOVSKÁ, V. : Imidž v teórii a praxi. Bratislava : Ekonóm, 2000.
13. MEFFERT, T. : Marketing management. Praha : Grada, 1996.
14. MESÁROŠOVÁ, M. : Psychológia predaja. Bratislava : Ekonóm, 2000.
15. MESÁROŠOVÁ, M., MESÁROŠ, F.. Marketingový výskum. Bratislava : Vyd. EKONÓM, 2002.
16. SAMUELSON : Ekonomia. Praha : Grada, 1999.
17. ŠÍBL, D. : Medzinárodná ekonomická integrácia a Európska únia. Bratislava : Ekonóm, 1998.