

# Medzinárodný marketing



- Predmet je zaradený do PK OEP
- Vyučuje sa v III. ročníku 2 hodiny týždenne
- Nadväzuje na odborné ekonomické predmety ako základy marketingu, marketing vo finančných službách, marketingová komunikácia a propagácia, podniková ekonomika

## Charakteristika a ciele predmetu

Medzinárodný marketing patrí do kategórie odborných predmetov. Jeho úlohou je poskytnúť žiakom základné vedomosti o medzinárodnom prostredí a aplikácie marketingu v ňom. Venuje sa prieskumu trhu, segmentácii na medzinárodnom trhu, propagácii a predaji tovarov a služieb.

Cielom predmetu je, aby si žiaci uvedomili nevyhnutnosť vstupu domácej ekonomiky na zahraničné trhy, rozvíjať podnikateľské myslenie, spájať vedomosti s praxou, ktoré využijú žiaci v ďalšom štúdiu a v reálnom podnikateľskom prostredí.

***"Existuje jeden jednoduchý spôsob, ako môžete získať všetky možné obchody, ktoré ste schopní zvládnuť: Neúčtujte si takmer nič."***

## Vyučovacie metódy

Metódy, formy a prostriedky vyučovania medzinárodného marketingu majú stimulovať rozvoj poznávacích schopností žiakov, podporovať ich cielavedomosť, samostatnosť a tvorivosť. Vo vyučovacom predmete sa využívajú výchovno-vzdelávacie stratégie, ktoré umožňujú žiakom riešiť ekonomické problémy a schopnosť sprostredkovať svoj názor vhodným spôsobom.

## Hodnotenie

Pri hodnotení žiakov formou didaktického testu budeme vychádzať z percentuálneho ohraničenia, ktoré bolo odsúhlasené v rámci predmetovej komisie, pričom 0-24% sa hodnotí známkou nedostatočný, od 25-49% sa hodnotí známkou dostatočný, od 50-74% sa hodnotí známkou dobrý, od 75-89% sa hodnotí známkou chválitebný a od 90-100% sa hodnotí známkou výborný.



***"Máte omnoho väčšiu šancu niečo od druhých získať, keď najprv niečo dáte vy im."***