

Manažment a marketing (MMR)

Charakteristika predmetu

Obsahom učiva je súbor poznatkov o základných manažérskych funkciách – plánovaní, organizovaní, vedení a kontrole. Žiaci sa naučia chápať dôležitosť širokého spektra rôznorodých informácií pre rozhodovanie a efektívnu prácu riadiaceho pracovníka. Z hľadiska riadenia ľudských zdrojov je nevyhnutnou súčasťou osvojenie základných zásad a pravidiel spoločenského styku, foriem a techník verbálnej komunikácie a neverbálnych jazykových prostriedkov. Obsah učiva je zameraný na zvládnutie náročnosti profesie, osvojenie techník sebazpoznania a hodnotenia vlastnej práce a práce iných, s dôrazom na rešpektovanie a dodržiavanie etických princípov.

Súčasťou obsahového okruhu je komplex marketingových aktivít, ktoré vyžaduje trh v moderných ekonomikách. Žiaci sa naučia orientovať vo vzájomných vzťahoch medzi jednotlivými marketingovými funkciami a technikami a využívať ich pre uspokojovanie potrieb existujúcich i potencionálnych zákazníkov.

Výstupné všeobecné ciele predmetu:

- dokáže definovať podstatu manažmentu a jeho jednotlivé pojmy,
- zvládne vysvetliť základné manažérske funkcie,
- dokáže využívať marketingový manažment,
- zvládne plánovať, organizovať, realizovať a vyhodnocovať konkrétne pracovné postupy,
- dokáže pochopiť najnovšie poznatky z teórie riadenia a organizácie,
- dokáže popísať význam a nástroje marketingu, marketingové funkcie a techniky,
- zvládne vytvárať vhodné interpersonálne vzťahy na pracovisku i s klientmi, ktorým poskytuje služby,
- dokáže taktne komunikovať so zákazníkmi a využiť všetky nástroje verbálnej a neverbálnej komunikácie v bežnom spoločenskom i v odbornom kontakte

Výstupné špecifické ciele predmetu:

- dokáže aplikovať teoretické odborné poznatky a metódy prieskumu trhu pri riešení praktických úloh,
- zvládne orientovať sa v rôznych možnostiach podnikania, v marketingových stratégiách i v oblasti medzinárodného podnikania,
- dokáže riešiť samostatne alebo v tíme problémové úlohy, interpretovať výsledky a prijímať rozhodnutia,
- zvládne samostatne plánovať návrhy, projekty, marketingové aktivity vzhľadom na potreby a ciele manažmentu v oblasti podnikania
- dokáže vypracovať marketingovú koncepciu a marketingový plán v konkrétnej oblasti,
- dokáže spracovať analytické prieskumy a predkladať primerané návrhy pre ich aplikáciu
- zvládne orientovať sa v rôznych štatistických údajoch a vedieť ich využívať pre podnikanie na rôznych trhoch
- dokáže prispievať k vytváraniu ústretových medziľudských vzťahov pri riadení ľudských zdrojov.