



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Marketingová komunikace a prodej pro start-upy – průvodce studiem

Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích

- Student se aktivně účastní př/cv/sem, s hosty diskutuje a pokládá otázky.
- Na přednášky s hosty se studenti připraví z dostupných zdrojů a vlastním zamyšlením
- Účast na přednáškách s hosty je **povinná** (nutno přijít včas)
- Student se aktivně zapojuje cvičení. Diskutuje v rámci svého semináře a plní zadané úkoly, které je schopen veřejně prezentovat.

Semestrální práce a její prezentace

- Studenti v předem ustanovených týmech vymyslí a zpracují komplexní projekt marketingové komunikace pro zvolený start-up.
- Na konci semestru na semináři odprezentuje každý tým své zkušenosti s realizací a výsledky. Prezentace bude v délce trvání cca 10 min.
Prostor bude dále věnován diskuzi, cca 5 min.
- Ideální je zpracovávat projekt na star-upu, který chcete skutečně realizovat.
- **Závěrečná prezentace bude zahrnovat následující:**
 - Představení start-upu (vize a mise projektu), cíle komunikace a charakter cílové skupiny, výběr a aplikaci důležitých prvků propagačních materiálů
 - Vhodně zvolené nástroje komunikačního mixu, forma, média, styl, tón atd.
 - Prvky (slogan, logo atd.) při zachování jednotného stylu a ve prospěch značky
 - Obsahová strategie
 - Strategie osobního prodeje
- **Fyzickým výstupem bude:**

- Logo, slogan
- Webová prezentace (možno využít web 2.0 služby typu Webnode)
- Leták
- Tisková zpráva + seznam kontaktů na média, která budete oslovovat
- Formy podpory prodeje
- Návrhy direct mailu (s možnostmi práce s databázemi)
- Video (volitelně)

Hodnotit se bude:

- Originalita nápadu a provedení
- Náročnost provedení (kvalita, „profesionalita“)
- Schopnost nalézt svou cílovou skupinu a práce s ní
- Výběr více relevantních nástrojů a jejich integrita
- Schopnost zaujmout

Absolvování průběžného / závěrečného testu

- Student individuálně absolvuje dva znalostní testy
- Rozsah znalostí je dán probíranou látkou a předepsanou literaturou, viz sylabus.

Doporučená literatura

Z	KARLÍČEK, M. -- KRÁL, P.	Marketingová komunikace : jak komunikovat na našem trhu	Praha	Grada Publishing
D	JANOUC, V.	Internetový marketing : prosadte se na webu a sociálních sítích	Brno	Computer Press
D	KAPUTA, C.	Staňte se značkou : osobní branding, aneb, Jak si chytří lidé budují značku, která jim zajistí úspěch	Praha	Management Press
D	OSTERWALDER, A. --	Business model generation : a handbook for visionaries, game changers, and	Hoboken	John Wiley & Sons

PIGNEUR, Y. -- CLARK, T. challengers

D LEVINSON, J C. Guerilla marketing Brno Computer Press

D KOTLER, P. -- KELLER, K L. Marketing management Praha Grada Publishing



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

