

# Marketing a obchod

Vygenerováno: 17. 3. 2026

|                                      |                                                                                    |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Fakulta</b>                       | Ekonomická fakulta                                                                 |
| <b>Studijní program</b>              | Marketing                                                                          |
| <b>Typ studia</b>                    | bakalářské                                                                         |
| <b>Jazyk výuky</b>                   | čeština                                                                            |
| <b>Kód specializace</b>              | S02                                                                                |
| <b>Název specializace</b>            | Marketing a obchod                                                                 |
| <b>Standardní délka studia</b>       | 3 roky                                                                             |
| <b>Katedra</b>                       | Katedra marketingu a obchodu                                                       |
| <b>Zodpovědná osoba</b>              | doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.                                                     |
| <b>Oblasti vzdělávání (zaměření)</b> | Ekonomické obory                                                                   |
| <b>Klíčová slova</b>                 | Marketingový mix, E-marketing, Spotřebitelské chování, Obchod, Marketingový výzkum |

## O studijním programu

Taky v obchodech místo nakupování raději přemýšlíte nad tím, jak supermarkety šikovně využívají data o svých zákaznících? V tom případě jste správní adepti pro specializaci Marketing a obchod. Ukážeme vám, jak proniknout do myšlení spotřebitelů, a co všechno o nás marketéři z výzkumných oddělení vědí.

V rámci studia získáte kombinaci znalostí z marketingu, logistiky i psychologie nákupu. Nahlédnete do obchodních procesů a naučíte se segmentovat trh. Kalkulace ceny, realizace výzkumného projektu a práce se sociálními médii se stanou dovednostmi, které budete po třech letech bezpečně ovládat.

Jaké předměty vás čekají?

- Marketingový výzkum
- E-marketing
- Obchodní právo v praxi
- Obchodní činnosti
- Manažerské dovednosti

## Profese

- Logistik manager v maloobchodu
- Manažer v marketingovém nebo obchodním oddělení společnosti
- Obchodní reprezentant společností
- Account manager ve výzkumné agentuře
- Manažer v maloobchodní jednotce (hypermarket, supermarket)
- Projekt manager ve výzkumné agentuře
- Category manager v maloobchodu nebo velkoobchodu
- Obchodní logistik v komerčních společnostech
- Marketingový manager ve veřejných institucích

## Dovednosti

- Znalost marketingového mixu
- Znalost a analýza tržního prostředí
- Aplikace manažerských dovedností
- Znalost marketingového prostředí a identifikace tržních příležitostí
- Znalost personálních činností (orientace v HR managementu)
- Znalost statistické analýzy a marketingového výzkumu
- Ekonomické analýzy hospodaření podniku
- Znalost obchodních a logistických operací
- Schopnost orientace v aplikačních oblastech marketingu
- Znalost a pochopení spotřebitelského chování
- Znalost plánu marketingového výzkumu
- Znalosti podnikové ekonomiky

## **Uplatnění absolventa**

Studium specializace Marketing a obchod je zaměřeno s ohledem na uplatnění absolventů především v českých výrobních a obchodních společnostech, v maloobchodu a velkoobchodu, ve výzkumných agenturách, ve veřejných institucích a společnostech zabývajících se online marketingem. Mezi typické pracovní pozice absolventa specializace Marketing a obchod patří manager v marketingovém nebo obchodním oddělení společností, obchodní reprezentant společností, marketingový manager ve veřejných institucích, obchodní logistik v komerčních společnostech, logistik manager v maloobchodu, manager v maloobchodní jednotce (hypermarket, supermarket), category manager v maloobchodu nebo velkoobchodu, account manager ve výzkumné agentuře, projekt manager ve výzkumné agentuře.

## **Cíle studia**

Cílem specializace Marketing a obchod v rámci bakalářského studijního programu Marketing je připravit kvalifikované odborníky, kteří budou schopni vykonávat specializované činnosti a manažerské funkce v oblasti marketingu a obchodu na středním stupni řízení. Studium je zaměřeno a profilováno s ohledem na uplatnění absolventů především v českých výrobních a obchodních společnostech, v maloobchodu a velkoobchodu, ve výzkumných agenturách, ve veřejných institucích a společnostech zabývajících se online marketingem.

## **Odborné znalosti absolventa**

Absolvent studijní specializace Marketing a obchod je vybaven obecnými ekonomicko-odbornými znalostmi, manažerskými znalostmi, komunikačními znalostmi, znalostmi informačních technologií a znalostmi jazykovými. Obsahem studia specializace Marketing a obchod je rovněž získání odborných znalostí v oblastech: marketingu, marketingového výzkumu, spotřebitelského chování zákazníků, e-marketingu, obchodních činností, obchodní logistiky, podnikové ekonomiky, financí, managementu, sociologie a psychologie.

## **Odborné dovednosti absolventa**

Absolvent studijní specializace Marketing a obchod získá praktické dovednosti v oblastech: analýza marketingového prostředí a identifikace tržních příležitostí, segmentace trhu, pochopení konceptu marketingového mixu, orientace ve specifických aplikačních oblastech marketingu, sestavení plánu marketingového výzkumu, tvorba dokumentů (dotazník, pozorovací list, scénář) pro marketingový výzkum, aplikace statistických analýz pro řešení úloh marketingového výzkumu, porozumění obsahu spotřebitelského chování, sestavení kalkulací nákladů a tvorba cen, provádění obchodních a logistických operací, tvorba webových stránek, orientace v použití sociálních médií.

## **Obecné způsobilosti absolventa**

Absolvent studijní specializace Marketing a obchod je schopen se orientovat v informačních zdrojích, porozumět odbornému textu, analyzovat problém, najít způsob řešení problému, připravit grafickou prezentaci výsledků řešení, obhájit své vlastní přístupy a závěry a vést ústní a písemnou komunikaci v českém i anglickém jazyce.

## Studijní plány

- forma prezenční (cs)
- forma prezenční - Šumperk (cs)