VŠB TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA | EKONOMICKÁ FAKULTA

Marketing a obchod

Vygenerováno: 16. 11. 2026

Fakulta	Ekonomická fakulta
Typ studia	navazující magisterské
Jazyk výuky	čeština
Kód programu	N0414A050001
Standardní délka studia	2 roky
Garantující katedra	Katedra marketingu a obchodu
Garant	doc. Ing. Šárka Velčovská, Ph.D.
Oblasti vzdělávání (zaměření)	Ekonomické obory
Klíčová slova	obchodní strategie, marketing a obchod, mezinárodní marketing, produktový management, digitální marketing

O studijním programu

Steve Jobs řekl: „Prodávejte sny, ne produkty“. Přesvědčit zákazníka o tom, že daný produkt naplňuje jeho potřeby, patří mezi základní marketingové a obchodní aktivity. Díky programu Marketing a obchod proniknete do myšlení zákazníků, pochopíte jejich potřeby a naučíte se promítnout je do praxe – ať už v pozicích marketingových nebo obchodních manažerů společností působících na českém, mezinárodním i globálním trhu.
Magisterský program Marketing a obchod navazuje na bakalářské studium a pomůže vám prohloubit znalosti, které využijete pro marketingové ovlivňování trhu a úspěšnou realizaci obchodních aktivit. Poznáte blíže obsah marketingového řízení, a to i na mezinárodní úrovni. Získáte dobrý přehled o marketingu na business trzích i v digitálním prostředí, včetně marketingu využívajícího sociální média.

Jaké předměty vás čekají?
- Marketingové řízení
- Produktový management
- Digitální marketing
- Řízení nákupu
- Obchodní operace se zahraničím

Uplatnění absolventa

Studium je zaměřeno a profilováno s ohledem na uplatnění absolventů v českých i mezinárodních výrobních a obchodních společnostech, v obchodních centrech, v reklamních, mediálních nebo výzkumných agenturách, ve veřejných institucích a společnostech zabývajících se digitálním marketingem a sociálními médii. Absolvent studijního programu Marketing a obchod může vykonávat tyto typické pracovní pozice:
- manager v marketingovém oddělení společností na českém, mezinárodním i globálním trhu,
- manager v obchodním oddělení společností na českém, mezinárodním i globálním trhu,
- product (brand) manager,
- nákupní manager ve výrobní nebo obchodní společnosti,
- analytik v reklamní agentuře, • analytik ve výzkumné agentuře,
- analytik v mediální agentuře,
- nákupčí v mediální agentuře, • analytik sociálních médií,
- webový analytik,

• SEO konzultant,
• PPC specialista.

Cíle studia

Cílem navazujícího magisterského studijního programu Marketing a obchod je připravit kvalifikované odborníky, kteří budou schopni vykonávat analytické činnosti a manažerské funkce v oblasti marketingu a obchodu na úrovni vrcholového a středního stupně řízení podniků a institucí a vysoce specializované činnosti v rámci marketingových agentur. Základ při formování odbornosti absolventa tvoří znalosti ekonomie, matematicko-statistických metod, strategického managementu a marketingového řízení. Tento základ je dále rozvíjen v odborných předmětech profilujícího základu. Ve spolupráci s praxí jsou teoretické poznatky v průběhu studia aplikovány na situacích z reálného prostředí.

Odborné znalosti absolventa

Obsahem studia je zejména získání odborných znalostí v oblastech: marketingového řízení, obchodních strategií, mezinárodního marketingu, business marketingu, digitálního marketingu, marketingového výzkumu, produktového managementu, obchodních operací na zahraničních trzích.

Odborné dovednosti absolventa

Obsahem studia je získání odborných dovedností v oblastech:
• tvorba marketingové strategie a marketingového plánu,
• sestavení obchodní strategie a obchodního plánu,
• analýza marketingového prostředí na domácích i mezinárodních trzích,
• formulace strategie pro vstup na zahraniční trh,
• provádění operací na zahraničních trzích,
• aplikace marketingových nástrojů na business trzích,
• vývoj a uvedení nového výrobku na trh,
• vytvoření strategie značky a analýza úspěšnosti značky,
• tvorba a vyhodnocení kampaní v on-line prostředí,
• analýzy klíčových slov pro SEO, content marketing, PPC
• aplikace pokročilých statistických metod pro marketingový výzkum,
• použití sociálních médií pro budování konkurenční pozice.

Obecné způsobilosti absolventa

Absolvent studijního programu Marketing a obchod je vybaven znalostmi pokročilých ekonomických teorií (makroekonomie, mikroekonomie), odbornými znalostmi pro provádění marketingových a obchodních činností (analýzy tržní situace, stanovení vhodné marketingové a obchodní strategie, aplikace marketingových nástrojů a obchodních praktik na různých typech trhů, včetně mezinárodních), znalostmi náročnějších statistických metod pro analýzu dat a komunikačními dovednostmi. Je schopen analyzovat problém, navrhnout řešení a prezentovat řešení. Dokáže vést ústní a písemnou komunikaci v českém i anglickém jazyce.

Profese

- Manažer v marketingovém nebo obchodním oddělení společností
- Account manager ve výzkumné agentuře
- Manažer v maloobchodní jednotce (hypermarket, supermarket)
- Manažer na středním stupni řízení
- Manažer zahraničního obchodu
- Marketingový manager ve veřejných institucích
- Marketingový specialista

- Content manager pro webové stránky
- Manažer ve firmách, poradenských institucích, neziskových organizací apod.
- Online marketingový specialista
- Account manager v reklamní agentuře

Dovednosti

- Znalost klíčových slov pro SEO, content marketing, PPC
- Znalost obchodní strategie a obchodního plánu
- Použití sociálních médií pro budování konkurenční pozice
- Znalost marketingové strategie pro vstup nového produktu na trh
- Tvorba strategie značky a analýza úspěšnosti značky
- Analytické dovednosti
- Tvorba a vyhodnocení kampaní v online prostředí
- Řešení obchodních případů se zahraničím
- Znalost sociálních médií
- Znalost strategie pro vstup na zahraniční trh
- Znalost moderních nástrojů pro online marketing
- Tvorba marketingové strategie a marketingového plánu
- Analýza marketingového prostředí na domácích i mezinárodních trzích
- Znalost pokročilých statistických metod pro marketingový výzkum
- Znalost marketingových nástrojů na business trzích
- Tvorba operací na zahraničních trzích

Studijní plány

- forma prezenční (cs)