VŠB TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA | EKONOMICKÁ FAKULTA

Marketing

Vygenerováno: 16. 11. 2026

Fakulta	Ekonomická fakulta
Typ studia	bakalářské
Jazyk výuky	čeština
Kód programu	B0414A050001
Standardní délka studia	3 roky
Garantující katedra	Katedra marketingu a obchodu
Garant	doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
Oblasti vzdělávání (zaměření)	Ekonomické obory
Klíčová slova	Marketingová komunikace, Online marketing, Spotřebitelské chování, Marketing, Obchod

Studijní specializace

- Marketing a obchod
- Marketingová komunikace

O studijním programu

Že je marketing dobrá investice věděl už Henry Ford když prohlásil: „Kdybych měl v kapse poslední dolar, utratil bych ho za reklamu.“ Jestli chcete kreativní obor, kde se už během studia zapojíte do praxe a při hledání práce si budete moct vybírat, máte před sebou ideální volbu. Marketing – ekonomie – reklama – analytika – PR – média. To je jen pár oblastí, které vás budou na fakultě provázet.

Uplatnění absolventa

Absolventi mohou najít uplatnění především v českých výrobních a obchodních společnostech, v maloobchodu a velkoobchodu, ve výzkumných agenturách, v odděleních marketingové komunikace komerčních společností a veřejných institucí, v reklamních agenturách, v mediálních agenturách, tradičních médiích a společnostech zabývajících se online marketingem.

Cíle studia

Cílem bakalářského studijního programu Marketing je vychovávat odborníky se širším ekonomickým a manažerským přehledem s hlavním zaměřením na marketing, marketingovou komunikaci a obchod.

Odborné znalosti absolventa

Absolvent studijního programu Marketing je vybaven obecnými ekonomicko-odbornými znalostmi (všeobecný ekonomický přehled, schopnost analýzy trendů vývoje ekonomických jevů, orientace v legislativě), manažerskými znalostmi (zvládnutí základů procesu řízení, užití metod a nástrojů pro podporu rozhodování), komunikačními znalostmi (prezentace vlastních výsledků za podpory nástrojů ICT, příprava podkladů pro jednání), znalostmi informačních technologií (využívání nástrojů pro zpracování dat) a znalostmi jazykovými (konverzace v cizím jazyku, schopnost porozumět odbornému textu v cizím jazyku).

Odborné dovednosti absolventa

Absolvent studijního programu Marketing je schopen analyzovat marketingové prostředí a identifikovat tržní příležitostí, segmentovat trh, aplikovat koncept marketingového mixu, orientovat se ve specifických aplikačních oblastech marketingu, sestavit plán

marketingového výzkumu, porozumět obsahu spotřebitelského chování, orientovat se v aplikaci jednotlivých nástrojů marketingové komunikace, sestavit komunikační a mediální plán, měřit efektivnost marketingové komunikace, vytvořit webové stránky a jednoduché grafické vizuály.

Obecné způsobilosti absolventa

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

Profese

- Obchodní logistik v komerčních společnostech
- Produktový specialista v e-shopu
- Marketingový manager ve veřejných institucích
- Obchodní reprezentant společností
- Account manager ve výzkumné agentuře
- Content manager pro webové stránky
- Manažer v médiích
- Projekt manager ve výzkumné agentuře
- Online marketingový specialista
- Správce sociálních médií
- Copywriter
- Manažer v maloobchodní jednotce (hypermarket, supermarket)
- Logistik manager v maloobchodu
- Manažer v marketingovém nebo obchodním oddělení společností
- Category manager v maloobchodu nebo velkoobchodu
- Tiskový mluvčí (PR manager) ve společnostech a institucích
- Account manager v reklamní agentuře

Dovednosti

- Znalost plánu marketingového výzkumu
- Analytické dovednosti
- Schopnost sestavit rozpočet na komunikaci
- Specifikace mediálního profilu
- Tvorba jednoduchých grafických vizuálů
- Pochopení psychologických aspektů reklamy
- Aplikace manažerských dovedností
- Znalost statistické analýzy a marketingového výzkumu
- Sestavení komunikačního a mediálního plánu
- Tvorba textů (copywriting) pro komunikaci v klasických médiích
- Znalost a pochopení spotřebitelského chování
- Schopnost orientace v aplikačních oblastech marketingu
- Tvorba a vyhodnocení kampaní v online prostředí
- Tvorba textů (copywriting) pro komunikaci na webu a sociálních sítích
- Tvorba webových stránek
- Znalosti marketingové koncepce