

DBA EXECUTIVE MARKETING

Detaily programu

Studium programu DBA – Executive marketing je vhodné pro uchazeče, kteří v současné době působí na vedoucích pozicích, dále zaměstnancům a manažerům reklamních či PR agentur, jejichž cílem je rozšířit své znalosti a dovednosti v oblasti marketingu, marketingové komunikace a marketingové strategie. Úspěšným absolvováním programu získáte aktuální informace související s formulováním marketingových cílů a efektivním nastavením PR strategie, což pro vás do budoucna představuje významnou konkurenční výhodu na trhu práce. Program lze studovat 100% online.

Předměty programu

Jednotlivé předměty programu DBA Executive marketing:

Projektový management

Studiem předmětu projektový management získáte možnost seznámit se s hlavními procesy řízení projektu. Získáte znalosti o projektovém managementu a osvojíte si dovednosti a schopnosti pro praktické uplatnění projektového managementu v systému řízení podniků a jiných institucionálních organizací. Seznámíte se s nejdůležitějšími pojmy a specifikací klíčových rysů inovací a inovačního podnikání. Projektový management přináší v praxi řadu změn i rizik a problémů z nich vyplývajících s nutností odhalení a odstranění jejich příčin. Předmět se zabývá řízením projektů jak z pohledu zavádění projektového řízení ve firmách, tak způsobem řízení konkrétních projektů.

Strategický management

Předmět strategický management se zabývá jednotlivými kroky strategického managementu a problémy, s kterými je spojena jejich realizace. Dále předmět podává studentům informace a vědomosti o zásadách a základech uplatňování analytických metod v podniku. Předmět poskytuje návod pro zajištění podnikatelského úspěchu v tržním hospodářství, předvídání tržních příležitostí a řešení možných problémů podniku, které mají strategický charakter. Předmět kombinuje praktické poznatky a teoretické směry pro oblast strategické analýzy podnikových procesů a zejména pro oblast tvorby nových strategických cílů, vizí a doporučení pro vrcholový management. Hlavní náplní předmětu je seznámit studenty se základními principy a metodami strategického managementu. Po absolvování předmětu bude student umět vysvětlit pojem strategický management, strategie, inovační strategie podniku a bude umět formulovat jednotlivé fáze tvorby strategie a implementovat je.



Tvorba PR strategie

Cílem předmětu Tvorba PR strategie je naučit studenty zpracovat efektivní strategii Public Relations, a umožnit tak celé organizaci dosahovat snadněji jejích cílů. Předmět je návodem, jak představit společnost na trhu a vybudovat pozitivní povědomí o značce v souladu s firemními cíli. Pozornost je věnována celému procesu tvorby strategického dokumentu od formulace cílů, volby nástrojů pro komunikaci, segmentace cílových skupin z hlediska PR a strategie PR komunikace podniku.

Aplikace PR v praxi

Studiem předmětu aplikace PR v praxi se student seznámí se základními nástroji a technikami Public relations. Základem je pochopení vnímání médií a zpráv různými cílovými skupinami, fungování médií a používání základních technik PR jako jsou tiskové zprávy, tiskové konference a osobní vztahy s médii. Cílem předmětu je vysvětlit Public Relations jako dlouhodobou cílevědomou činnost, jejíž cílem je řídit postoje a vnímání veřejnosti k organizaci, nebo jedinci. Pozornost je věnovaná technikám a nástrojům, pomocí kterých instituce nebo firma buduje a udržuje vztahy se svým okolím a s veřejností, nahlíží její postoje a snaží se je ovlivňovat.

Marketing produktu a značky

Cílem předmětu je předat studentům schopnost odlišit svůj produkt či značku. Tato schopnost je dnes zcela klíčová. Dále je předmět zaměřený na systematické budování firemní reputace a aktivit zaměřených na podporu prodeje konkrétního produktu či služby. Studenti se naučí chápat proč se lidi chovají (a rozhodují) tak, jak se chovají a tím směřovat marketing na konkrétní komunity nebo skupiny lidí. Absolvováním předmětu student umí sestavit plán prodeje a marketingu pro vybraný produkt, identifikovat kritéria rozhodování zákazníků při nákupu, připravit cílenou marketingovou kampaň a zlepšit spolupráci s obchodním týmem.

Krizová komunikace

Cílem předmětu je seznámení studentů s jednou z klíčových disciplín public relations, a to krizovou komunikací, která úzce souvisí s krizovým managementem a řízením organizace či státu v době krize. Studenti budou obeznámeni se základními principy krizové komunikace, její důležitostí a s postupy, kterých lze využít při komunikaci nastalé negativní události či situace. Po jeho úspěšném absolvování budou studenti vědět, co dělat či nedělat při krizové komunikaci, jak lze pro krizovou komunikaci využít jednotlivá média, a především jak celou komunikaci v době krize úspěšně zvládnout.

Mediální plánování

Cílem předmětu je poskytnout studentům komplexní pohled na problematiku plánování reklamní kampaně s přesně určenou strategií. Studenti budou obeznámeni s jednotlivými mediálními ukazateli, podstatou a významem médií při plánování mediální kampaně a naučí se tvořit mediální strategii tak, aby došlo k efektivnímu využití všech dostupných prostředků, správnému načasování a naplnění rozpočtu. Závěrem budou veškeré tyto metody a nabyté poznatky aplikovány na příkladech z praxe s ohledem na strukturu českého mediálního prostředí.



Mezinárodní marketing

Cílem předmětu mezinárodní marketing je seznámit studenty s novými poznatky, objasnit význam mezinárodního marketingu a jeho úlohu a nástroje. Zvláštní pozornost je věnována specifikům mezinárodního prostředí, s riziky a determinanty mezinárodního podnikání. Předmět vysvětluje formy vstupů na mezinárodní trhy, kde komunikace hraje důležitou roli, zásady segmentace a výběru cílových trhů, marketingové přístupy k adaptaci marketingového mixu.