

**Informačný list predmetu** (v štruktúre podľa vyhlášky č. 614/2002 Z .z.

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Komenského v Bratislave	
<b>Fakulta:</b> Prírodovedecká fakulta UK v Bratislave	
<b>Kód predmetu:</b> <i>PriF.KRGRR/N-mZRG-130/15</i>	<b>Názov predmetu:</b> Geomarketing
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> <i>prezenčné štúdium (kombinovaná forma), prednášky</i> <b>Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách):</b> <b>Týždenný:</b> <i>2 (P1/S1)</i> <b>Za obdobie štúdia:</b> <i>16</i> <b>Metóda štúdia:</b> <i>denná</i>	
<b>Počet kreditov:</b> 2	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> <i>4. semester</i>	
<b>Stupeň štúdia:</b> <i>2. stupeň</i>	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <i>Hodnotenie predmetu je rozdelené na dve časti - priebežné hodnotenie počas semestra a záverečné hodnotenie.</i>  <i>Priebežné hodnotenie:</i> <i>V priebehu semestra študent vypracuje individuálne zadanie zamerané na samostatnú prácu študentov a schopnosti aplikovať vybrané metodologické postupy na riešenie konkrétnych problémov. Seminárna práca je hodnotená max. 50 bodmi. Kritériá hodnotenia sú nasledovné:</i> <i>A &lt;90 – 100 %) - výborne (vynikajúce výsledky) 50-45 bodov</i> <i>Formálna stránka: Seminárna práca je štylisticky a gramaticky výborne napísaná. Obsahuje vhodne zaradené a výborne formálne zvládnuté mapy, grafy, diagramy, obrázky. Použitá literatúra je úplná a správne uvádzaná. Požadovaný rozsah seminárnej práce je v rámci zadanej tolerancie.</i> <i>Obsahová stránka: Seminárna práca má správne uvádzané ciele, ktoré sú splnené. Štruktúra práce je logická a originálna. V práci sú výborne aplikované teoretické prístupy a koncepty, pričom sú aj logicky analyzované. V záveroch sú uvádzané logicky podložené vlastné, originálne názory</i> <i>B &lt;80 – 90) % - veľmi dobre (nadpriemerné výsledky) 44-40 bodov</i> <i>Formálna stránka: Seminárna práca je štylisticky a gramaticky dobre napísaná. Obsahuje vhodne zaradené a dobre formálne zvládnuté mapy, grafy, diagramy, obrázky. Použitá literatúra je úplná a správne uvádzaná. Požadovaný rozsah seminárnej práce je v rámci zadanej tolerancie.</i> <i>Obsahová stránka: Seminárna práca má správne uvádzané ciele, ktoré sú splnené. Štruktúra práce je logická. V práci sú čiastočne aplikované teoretické prístupy a koncepty, pričom sú aj logicky analyzované. V záveroch sú uvádzané logicky podložené názory.</i> <i>C &lt;70 – 80) % - dobre (priemerné výsledky) 39-35 bodov</i> <i>Formálna stránka: Seminárna práca je štylisticky a gramaticky dobre napísaná. Obsahuje dobre formálne zvládnuté mapy, grafy, diagramy, obrázky. Použitá literatúra je úplná a správne uvádzaná. Požadovaný rozsah seminárnej práce je v rámci zadanej tolerancie.</i> <i>Obsahová stránka: Seminárna práca má uvádzané ciele, ktoré sú splnené. Štruktúra práce je logická. V práci sú čiastočne aplikované teoretické prístupy a koncepty. V záveroch sú uvádzané logicky podložené názory, ale sú len čiastočné.</i> <i>D &lt;60 – 70) % - uspokojivo (prijateľné výsledky) 34-30 bodov</i>	

*Formálna stránka: Seminárna práca je štylisticky a gramaticky podpriemerne napísaná. Obsahuje podpriemerne formálne zvládnuté mapy, grafy, diagramy, obrázky. Použitá literatúra je úplná a správne uvádzaná. Požadovaný rozsah seminárnej práce je v rámci zadanej tolerancie.*

*Obsahová stránka: Seminárna práca má uvádzané ciele, ktoré sú splnené. Štruktúra práce má menšie nedostatky. V práci chýbajú niektoré (nie zásadné) teoretické prístupy a koncepty. V záveroch sú uvádzané len čiastočné závery, ktoré nie sú úplné.*

*E <50 – 60) % - dostatočne (výsledky spĺňajú minimálne kritériá) 29-25 bodov*

*Formálna stránka: Seminárna práca je štylisticky a gramaticky podpriemerne napísaná. Obsahuje formálne podpriemerne zvládnuté mapy, grafy, diagramy, obrázky, ktorých je minimum. Použitá literatúra je čiastočná ale správne uvádzaná. Požadovaný rozsah seminárnej práce je v rámci zadanej tolerancie.*

*Obsahová stránka: Seminárna práca má uvádzané ciele, ktoré sú čiastočne splnené. Štruktúra práce má menšie nedostatky. V práci chýbajú niektoré teoretické prístupy a koncepty. V záveroch sú uvádzané len čiastočné závery, ktoré nie sú úplné.*

*Záverečné hodnotenie:*

*Vykoná sa na základe ústneho skúšania. Minimálna požadovaná úspešnosť je 25 bodov z maxima 50 bodov. Kritériá hodnotenia sú nasledovné:*

*A <90 – 100 %) - výborne (vynikajúce výsledky) 50-45 bodov*

*Formálna stránka: Odpoveď je štylizovaná a štruktúrovaná podľa vlastnej schémy. Pri odpovedi študent využíva všetky prístupné prostriedky a pomocou náčrtov, schém a ďalších pomôcok analyzuje danú problematiku.*

*Obsahová stránka: Ciele pre výbornú odpoveď boli naplnené a študent zodpovedal na všetky kladné otázky a podotázky.*

*B <80 – 90) % - veľmi dobre (nadpriemerné výsledky) 44-40 bodov*

*Formálna stránka: Odpoveď štylisticky a štruktúrou možno zhodnotiť na dobrej úrovni. Študent má prehľad v problematike, vhodne formuluje a jeho terminológia vychádza z odbornej literatúry.*

*Obsahová stránka: Študent odpovedá na veľmi dobrej úrovni s istými menšími nedostatkami v reakcii na kladené otázky alebo jeho reakcie na nie esenciálne problémy nie sú kompletne.*

*C <70 – 80) % - dobre (priemerné výsledky) 39-35 bodov*

*Formálna stránka: Požadovaný rozsah a úroveň odpovede je v rámci zadanej tolerancie.*

*Štylizácia a štruktúra odpovede je na dobrej úrovni.*

*Obsahová stránka: Obsahový štandard predmetu je na primeranej úrovni. Vedomosti nie sú previazané a hodnotenie je na dobrej úrovni.*

*D <60 – 70) % - uspokojivo (prijateľné výsledky) 34-30 bodov*

*Formálna stránka: Odpoveď je terminologicky a štruktúrou podpriemerne prezentovaná.*

*Obsahuje viaceré nedostatky a vybrané ukazovatele možno hodnotiť ako podpriemerné.*

*Požadovaná odpoveď je v rámci zadanej tolerancie.*

*Obsahová stránka: V odpovedi chýbajú niektoré (nie zásadné) teoretické prístupy, koncepty a poznatky. Pri vyvodzovaní záveroch a diskusii sú uvádzané len čiastočné analýzy a všeobecné závery, ktoré nie sú úplné.*

*E <50 – 60) % - dostatočne (výsledky spĺňajú minimálne kritériá) 29-25 bodov*

*Formálna stránka: Odpoveď možno z viacerých hľadísk hodnotiť podpriemerne.*

*Obsahová stránka: Vedomosti sú klasifikované ako podpriemerné a využitie poznatkov v praxi je v rámci zadanej tolerancie.*

*Celkové hodnotenie:*

Ak je splnené na minimum priebežné i záverečné hodnotenie vypočíta sa ich aritmetickým priemerom celkové hodnotenie. Výsledná hodnota bodov (percent) bude predstavovať celkové hodnotenie klasifikované podľa nasledujúcej schémy: A: <90 – 100) %; na B: <80 – 90) %; na C: <70 – 80) %; na D: <60 – 70) %; na E: <50 – 60) %; Kredity sa NEUDELIA študentovi, ktorý získa menej ako 50 % hodnotenia.

#### **Výsledky vzdelávania:**

Absolvent predmetu získa základné poznatky z geomarketingu. Cieľom je oboznámiť študentov so základnými koncepciami ekonómie a geografie a ich prieniku v rámci geomarketingu. Predmet je zameraný na teoretické prístupy k priestoru z hľadiska ekonómie (marketingu) ako aj praktické aspekty geomarketingu v podniku. Aplikatívna časť je zameraná na geografické informačné systémy a ich využitie v geomarketingu ako aj riadenie trhu pomocou geografických a marketingových informácií. Absolvent je po absolvovaní predmetu schopný zosumarizovať najvýznamnejšie teoretické koncepcie v geomarketingu; zosumarizovať najvýznamnejšie metodologické koncepcie v geomarketingu; zhrnúť najdôležitejšie medzníky a zmeny paradigmy v geomarketingu; prakticky využívať geografické informačné zdroje a ich možnosti aplikácie v geomarketingu; analyzovať vplyv trhu a vplyv priestoru správanie spotrebiteľov v čase a priestore. Predmet reaguje na najnovšie trendy využitia priestorových dát v marketingu a rozvíja zručnosti študentov pre ich potenciálne využitie v praxi, najmä v súkromnej sfére.

#### **Stručná osnova predmetu:**

- Čo je geomarketing?
- Prínosy geografie pre marketing
- Teoretické prístupy marketingu k priestoru
- Teoretické prístupy geografie k priestoru
- Kvantitatívne prístupy v geomarketingu
- Kvalitatívne prístupy v geomarketingu
- Geografické informačné systémy v geomarketingu
- Geomarketing a segmentácia trhu
- Geomarketing a spotrebiteľské správanie
- Aktuálne trendy v geomarketingu
- Praktické aspekty geomarketingu

#### **Odporúčaná literatúra:**

- Baviera-Puig, A., Buitrago-Vera, J., Escriba-Perez, C. (2016). Geomarketing models in supermarket location strategies. *Journal of Business Economics and Management*, 17(6), 1205-1221.
- Cliquet, G. (2013). *Geomarketing: Methods and Strategies in Spatial Marketing*. New York (John Wiley & Sons).
- Cliquet, G. (2021). From Geomarketing to Spatial Marketing. In: Colombo, S. (ed.). *Spatial Economics Volume II*. Cham (Palgrave Macmillan), pp. 277-305.
- Cliquet, G., Baray, J. (2020). *Location-based Marketing: Geomarketing and Geolocation*. New York (John Wiley & Sons).
- Davies, R. (2012). *Marketing Geography (RLE Retailing and Distribution): With special reference to retailing*. London (Routledge).
- Kita, J. (2013). *Geomarketing – teoretické a praktické aspekty novej vize marketingového prístupu*. Bratislava (Ekonom).
- Križan, F., Bilková, K. (2019). *Geografia spotreby: Úvod do problematiky*. Bratislava (Univerzita Komenského).
- Križan, F., Lauko, V. (2014). *Geografia maloobchodu: Úvod do problematiky*. Bratislava (Univerzita Komenského).

Pick, J. (2008). *Geo-Business: GIS in the Digital Organization*. New York (John Wiley & Sons).

Spilková, J. (2012). *Geografie maloobchodu a spotřeby: věda o nakupování*. Praha (Karolinum).

*Aktuálne vedecké články*

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

*Slovenský v kombinácii s anglickým (študijná literatúra v anglickom jazyku)*

**Poznámky:** *predmet sa poskytuje len v letnom semestri*

**Hodnotenie predmetov**

**Celkový počet hodnotených študentov:**

A	B	C	D	E	FX

**Vyučujúci:**

*doc. RNDr. František Křížan, PhD.*

**Dátum poslednej zmeny:** 22. augusta 2022

**Schválil:** *doc. RNDr. František Křížan, PhD.*