

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2025/2026	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Prírodovedecká fakulta	
Kód predmetu: PriF.KRGRR/N- mZRG-130/22	Názov predmetu: Geomarketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 1 / 1 Za obdobie štúdia: 13 / 13 Metóda štúdia: prezenčná	
Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta - doplňujúce informácie Forma výučby: prezenčné štúdium (kombinovaná forma), prednášky Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 (P1/S1) Za obdobie štúdia: 16 Metóda štúdia: denná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je rozdelené na dve časti - priebežné hodnotenie počas semestra a záverečné hodnotenie. Priebežné hodnotenie: 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: A <90 – 100 %) - výborne (vynikajúce výsledky) 50-45 bodov 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. 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 B <80 – 90) % - veľmi dobre (nadpriemerné výsledky) 44-40 bodov 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. 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.

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

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.

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.

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

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 vybraté 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: na A: <92 – 100) %; na B: <84 – 92) %; na

C: <76 – 84) %; na D: <68 – 76) %; na E: <60 – 68) %; Kredity sa NEUDELIA študentovi, ktorý získa menej ako 60 % 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. Aplikačná 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 vízie marketingového prístupu*. Bratislava (Ekonóm).
- 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: 3

A	B	C	D	E	FX
66,67	33,33	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: doc. RNDr. František Križan, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 11.10.2022

Schválil: doc. RNDr. František Križan, PhD.