

HARMONOGRAM 2026-2028

MBA BRAND MANAGEMENT

Garant programu – akademický: doc. Lenka Turnerová

Garant programu – profesní: Štefan Sarvaš, Ph.D.

Datum	Víkend	Měsíc	Rok		Moduly a témata	Hodiny
16. 10. 26	1. víkend	říjen	2026		MARKETING DRIVEN COMPANY (Marketing a jeho role ve firmě)	
				PA	Úvod do MBA – zaměření programu, obsah, organizace programu, praktické informace	1
				PA	Očekávání účastníka kurzu	2
				PA	Role marketingu ve velké vs malé firmě	3
				SO	Role marketingu ve velké vs malé firmě – pokračování	3
				SO	Role Brand Managementu v marketingu a organizaci	6
						15
13. 11. 26	2. víkend	listopad	2026		DATA DRIVEN MARKETING (Od intuitivního marketingu k marketingu založeném na datech)	
				PA	Současné trendy marketingu	6
				SO	Základní zákony a principy moderního marketingu	6
						12
18. 12. 26	3. víkend	prosinec	2026	PA	Filozofie růstu značek	6
				SO	Proč investovat do značek: Pricing Power	4
				SO	Marketing velkých vs marketing malých značek	4
						14
15. 1. 27	4. víkend	leden	2027		BRAND STRATEGY (Strategie značky – jak ji vytvořit a co potřebujeme vědět)	
				PA	Mapování trhu a konkurence	6
				SO	Tvorba strategie	8
						14
12. 2. 27	5. víkend	únor	2027		BRAND MANAGEMENT (Exekuce strategie značky)	
					Portfolio	
				PA	PPA (Price Pack Architecture) a nastavení nabídek a cen u služeb	6
				SO	Role inovací a inovační proces	6
						12

Datum	Víkend	Měsíc	Rok		Moduly a témata	Hodiny
12. 3. 27	6. víkend	březen	2027		Fyzická dostupnost	
				PA	Budování distribuce	6
				SO	Shopper a retail marketing – off-line a on-line	8
						14
16. 4. 27	7. víkend	duben	2027		Mentální dostupnost	
				PA	Komunikační strategie značky	6
				SO	Komunikační strategie značky – pokračování	2
				SO	Tvorba exekucí pro různá média	6
						14
14. 5. 27	8. víkend	květen	2027	PA	Hlavní typy off-line médií a plánování mediálních kampaní	4
				PA	Hlavní typy digitálních médií a plánování mediálních kampaní	4
				SO	Role reklamních a mediálních agentur	4
						12
18. 6. 27	9. víkend	červen	2027		BRAND RESEARCH AND TRACKING (Výzkum, měření a tracking)	
				PA	Role insightu z výzkumu v tvorbě strategie značky	6
				SO	Role výzkumu v tvorbě komunikace značky	2
				SO	Měření a tracking značky	4
						12
15. 10. 27	10. víkend	říjen	2027	PA	Měření a tracking komunikačních aktivit	4
				PA	Role výzkumných agentur a jaký výzkum potřebujeme	2
				SO	Výběr témat, vedoucích prací a konzultantů závěrečného projektu	8
						14
5. 11. 27	11. víkend	listopad	2027		LEADING THE BRAND TEAM (Charakteristiky dobrého Brand Managera)	
				PA	Jak se stát dobrým Brand Managerem	6
				SO	Vedení a řízení Brand Teamu	6
				SO	Spolupráce s jinými funkcemi v organizaci	2
						14

Datum	Víkend	Měsíc	Rok		Moduly a témata	Hodiny
10. 12. 27	12. víkend	prosinec	2027	PA	Spolupráce s jinými funkcemi v organizaci – pokračování	4
				PA	Finance pro Brand Managera a důležitost P&L	2
				SO	Finance pro Brand Managera a důležitost P&L – pokračování	4
				SO	Legislativní aspekty v marketingu	4
						14
11. 2. 28	13. víkend	únor	2028	PA	Spolupráce s reklamními, mediálními a výzkumnými agenturami z pohledu klienta	4
				PA	Hodnoty udržitelnosti a ESG v marketingu	3
				SO	Prezentace: Co je důležité a co ne a jak na Storytelling a Elevator Speech	6
						13
10. 3. 28	14. víkend	březen	2028	PA	Marketingový leadership a kariéra v marketingu včetně sebereflexe cílů studia MBA	8
				SO	<i>Zakončení – shrnutí</i>	4
						12
30. 9. 28		duben–září	2028		Prezentace závěrečných projektů	
						186