

MVŠO
MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC ➔

MARKETING (XMAR)
ETICKÉ ASPEKTY MARKETINGU

12. přednáška/12

PhDr. Ing. Mgr. Renáta Pavličková, MBA
Ústav marketingu a multimédií

KNOWLEDGE FOR THE FUTURE ➔ [WWW.MVSO.CZ](http://www.mvso.cz)

MVŠO ➔ MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC

OSNOVA PŘEDMĚTU

1. Úvod do marketingu (význam a vývoj)
2. Globální marketing 21. století (aktuální trendy)
3. Online marketing
4. Trh a marketingové prostředí
5. Marketingový informační systém a CRM
6. Marketingový výzkum
7. Marketingový mix + řízení produktu
8. Řízení ceny
9. Řízení distribuce
10. Řízení integrované marketingové komunikace
11. Marketing služeb
12. Etické aspekty marketingu

KNOWLEDGE FOR THE FUTURE ➔ [WWW.MVSO.CZ](http://www.mvso.cz)

MVŠO ➔ MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC

12. ETICKÉ ASPEKTY MARKETINGU

- **Etický marketing** (anglicky *Ethical Marketing*) – usiluje o morálně správná marketingová rozhodnutí.
- Morálka těchto rozhodnutí může souviset s jakoukoli částí marketingu, včetně získávání surovin, nábory zaměstnanců, nabídky produktů či cenové politiky.
- Každý člověk má na morálku jiný pohled, který závisí na osobních hodnotách a zkušenostech.
- Skutečnost rozdílného vnímání morality je problémem pro společnosti, které chtějí prosazovat etický marketing tak, aby oslovil zákazníky.

KNOWLEDGE FOR THE FUTURE ➔ [WWW.MVSO.CZ](http://www.mvso.cz)

MVŠO → MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC

ETIKA

Řecké slovo *éthos*, z něhož je pojem **etika** odvozen, mimo jiné znamená:

- vše, co je obyčejem a mravem v rámci společenského bydlení,
- bydliště, obydlí, byt, vlast,
- zvyk, obyčej, charakter a původ člověka,
- mravní vědomí, smýšlení, přesvědčení, jednání, mravnost, morálka, slovo.

KNOWLEDGE FOR THE FUTURE → www.mvso.cz

MVŠO → MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC

ETIKA

- Etika je praktickou filozofií, která se zabývá lidskou praxí.
- Etika zkoumá morálku jakožto společenský fenomén a srovnává a hodnotí její různé dějinné typy.
- Etika se zajímá o morální aspekty mezilidských vztahů, studuje morální hodnoty a jejich význam.
- Etika člověku pomáhá rozpoznávat, jaké má v daných životních situacích zaujímat postoje – tedy „co má dělat“ a „co je správné“.
- **Etika je filozofickou disciplínou**, která se ve své podstatě obrací ke každodennímu lidskému životu a zabývá se tím, co vůbec umožňuje lidem žít pospolitě.

KNOWLEDGE FOR THE FUTURE → www.mvso.cz

MVŠO → MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC

Reputace jako marketingová přednost

- Reputace je jedna z největších nehmotných aktiv společnosti.
- Hodnotu pozitivní reputace je obtížně vyčíslit, ale je to důležitá přednost, které musí všichni marketéři rozumět.
- Jediná negativní událost může ovlivnit vnímání dané firemní image a pověst firmy okamžitě a i mnoho let poté ovlivňuje prodej a vztahy se zákazníky.
- Ochrana firemní pověsti je zásadní prioritou.
- Marketéři musí převzít odpovědnost jak za ochranu zákazníka, tak zaměstnanců, soukromých informací nebo rizik.

KNOWLEDGE FOR THE FUTURE → www.mvso.cz

Nekalé obchodní praktiky

- nekálá obchodní praktika je jednání podnikatele, které jednak nedosahuje potřebné míry profesionality, kterou byste mohli od podnikatele rozumně očekávat, a zároveň výrazně ovlivňuje (nebo přinejmenším může ovlivnit) vaše rozhodnutí o tom, zda si něco koupíte.
- Kdyby totiž podnikatel jednal s dostatečnou profesionalitou, a vy jste měli dostatek informací a klidu si celou koupí rozmyslet, dost možná byste se rozhodli jinak.
- V zákoně jsou poskytnuty definice nekalých obchodních praktik - jedná se o kategorie klamavých praktik a agresivních obchodních praktik a především výčet praktik, které jsou vždy nekalé – tzv. **černá listina nekalých obchodních praktik**.

Etické problémy marketingu

- etická distribuce
- etické problémy v oblasti marketingu zaměřeného na děti
- etické problémy v oblasti marketingu zacíleného na menšiny
- vyobrazení žen v marketingových aktivitách
- atd.



**Děkuji za pozornost
a těším se na příště.**
