

MVŠO

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC 

MARKETING (YMAR)

1. přednáška

Téma: Úvod do marketingu

PhDr. Ing. Mgr. Renáta Pavlíčková, MBA

MARKETING

- (1) Podstata, úloha a cíle marketingu. Složky marketingového prostředí. Marketing management. Strategický marketing.
- (2) Trh. Spotřební trh a jeho analýza. Zákazník. Nákupní chování zákazníka. Nákupní rozhodovací proces. Chování a ovlivňování spotřebitele.
- (3) Marketingový výzkum, jeho podstata a formy. Proces, příprava a realizace marketingového výzkumu. Marketingový informační systém. Složky MIS. Marketingové zpravodajské informace a databáze.
- (4) Produktová politika v rámci marketingového mixu. Charakteristika produktu. Životní cyklus výrobku. Politika (strategie) značky – Brand Management, politika kvality, obalová politika.
- (5) Cenová politika v rámci marketingového mixu. Cena. Cíle stanovení ceny. Cenové strategie. Psychologické a etické aspekty tvorby ceny.
- (6) Distribuční politika v rámci marketingového mixu. Pojem distribuce. Distribuční cesta přímá a nepřímá. Role distribučních firem. Výrobní logistika firmy. Velkoobchod a maloobchod.
- (7) Marketingová komunikace v rámci marketingového mixu. Komunikace a komunikační model. Součásti marketingové komunikace – komunikační mix. Reklama, reklamní sdělení. Význam marketingové komunikace pro firmu.
- (8) Marketing služeb. Kategorie služeb. Specifika služeb. Metody odlišení služeb od konkurence. Konkurenční výhoda poskytovatelů služeb. Parametry vnímání kvality služeb. Nástroje marketingového mixu služeb (8P).
- (9) Globální marketing 21. století. Filozofie mezinárodního marketingu. Mezinárodní obchod a jeho rizika. Etické aspekty marketingu. Společenská kritika marketingu.

Co je to marketing?

DEFINICE 1

- **Marketing** je proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace.

Co je to marketing?

DEFINICE 2

- **Marketing** definujeme jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.

Co je to marketing?

DEFINICE 3

- **Marketing** je oblast podnikání, která je založena především na vztazích se zákazníky.

DEFINICE 4

- **Marketing** je uspokojení potřeb zákazníka na straně jedné a tvorba zisku na straně druhé.

Co je to marketing?

DEFINICE 5

***MARKETING
JE
MANAGEMENT TRHU.***

Cíle marketingu

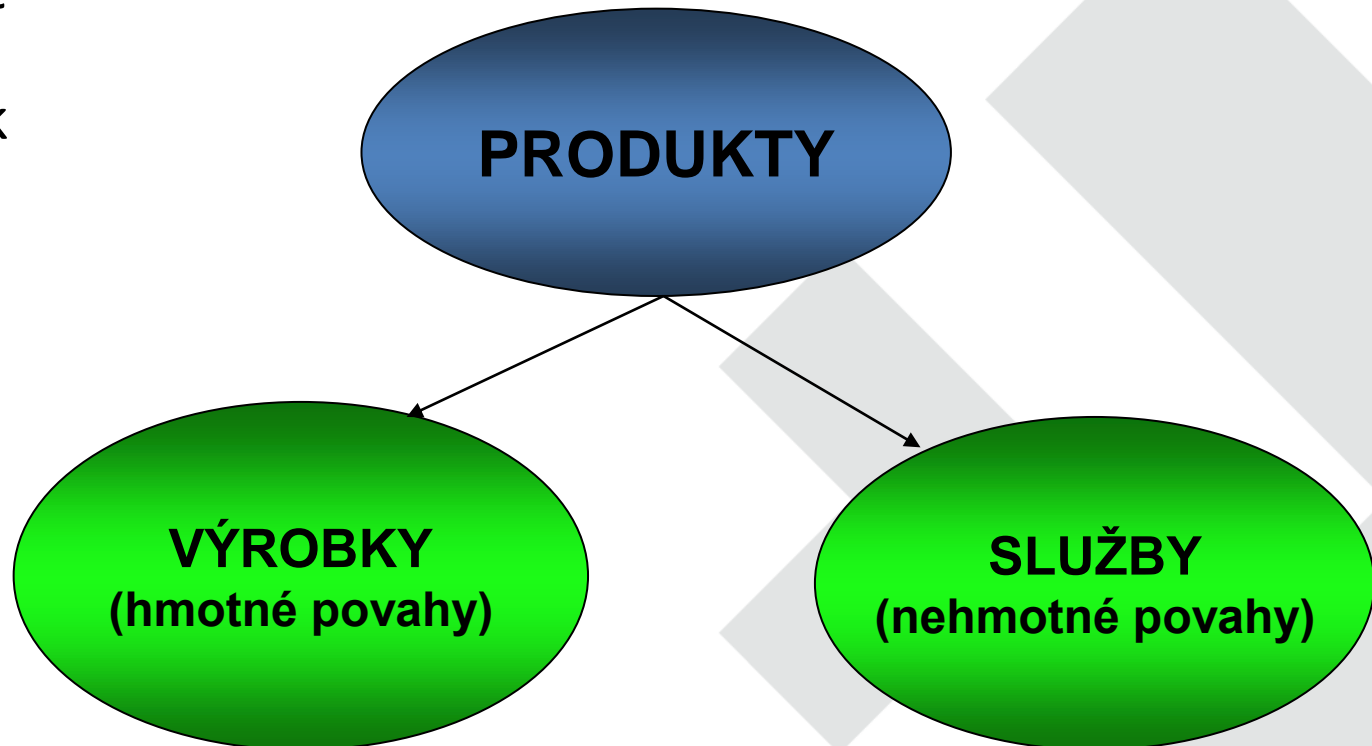
- vyhledávat nové zákazníky příslibem získávání výjimečné hodnoty a udržet si stávající zákazníky uspokojením jejich potřeb, a současně vytvářet zisk,
- úspěšné firmy vědí, že budou-li pečovat o své zákazníky, jejich podíl na trhu poroste a s ním i jejich zisky.

PRODUKT

- vše, co tvoří nabídku na trhu,
- jedná se o veškeré hmotné i nehmotné statky, které mohou být nakupovány, používány a spotřebovávány a které mohou uspokojovat potřeby a přání spotřebitelů,
- produktem jsou veškeré výrobky, služby, ale i zkušenosti, osoby, místa, organizace, informace a myšlenky, tj. vše, co se může stát předmětem směny, použití či spotřeby, co může uspokojit potřeby a přání.

ZÁKLADNÍ POJMY

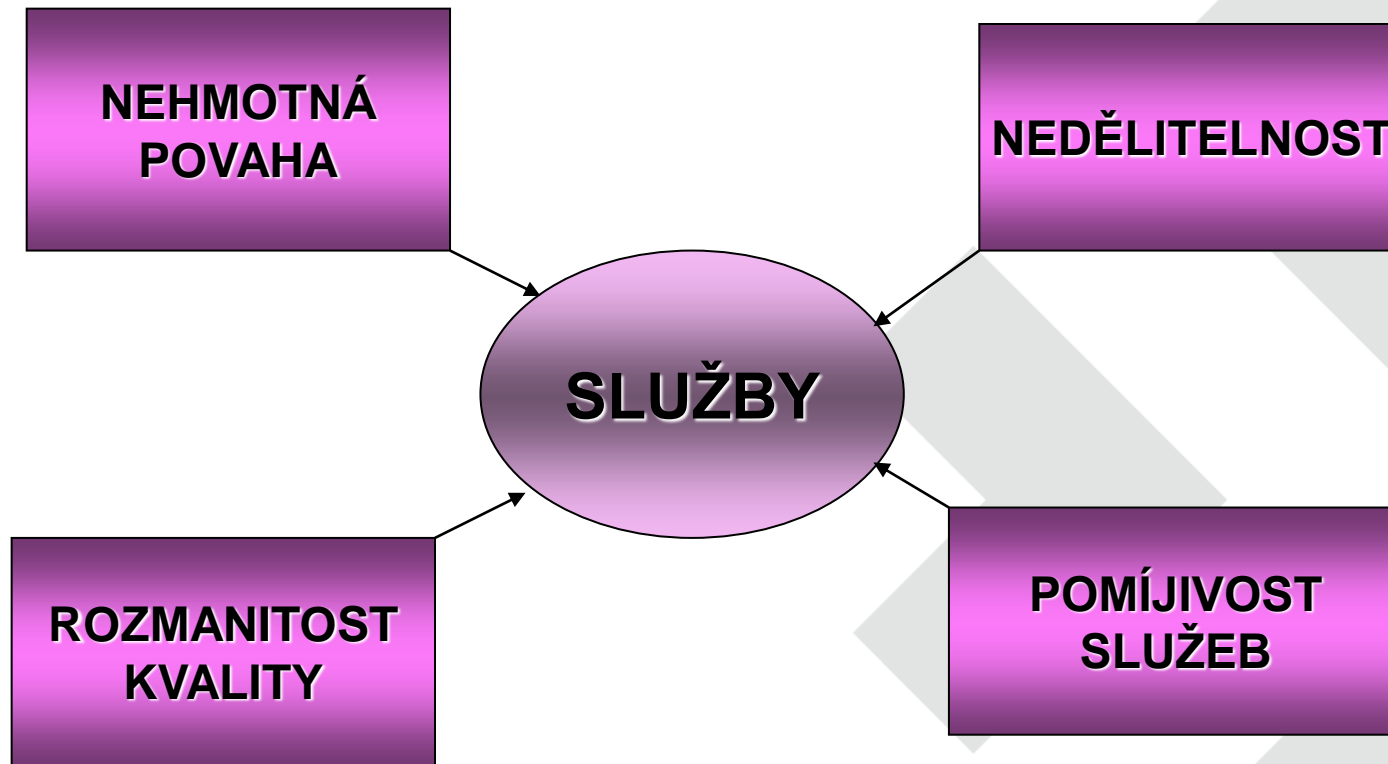
- produkt
- výrobek
- služba



SLUŽBY

- jsou to nehmotné produkty směňované přímo mezi poskytovatelem a zákazníkem, přičemž příjemce získává určitou výhodu,
- jsou to nehmotné produkty, za něž platíme a používáme je, ale nikdy je nevlastníme.

SPECIFIKA SLUŽEB



TYPY SLUŽEB

Rozdělení podle povahy procesu:

- služby poskytované lidmi,
- služby poskytované systémy (veřejná doprava, hotely, veřejné stravování),
- služby poskytované stroji (bankomaty).

TYPY SLUŽEB

Rozdělení podle povahy poskytování služeb:

- služby znalců a expertů,
- podpůrné služby,
- outsourcing - kontrahované služby (služba zajištěná externím dodavatelem) (např. správa informačního systému).

*Děkuji vám za pozornost
a těším se na příště*

