



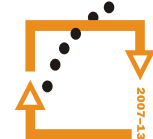
evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Střední škola obchodu,
služeb a podnikání
a Vyšší odborná škola

Kněžskodvorská 33/A, 370 04 České Budějovice

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Jméno autora: Ing. Juraszková Marcela

Datum vytvoření: 20. 6. 2012

Ročník: III.

Vzdělávací oblast: Obchodní provoz

Vzdělávací obor: Obchodník

Tematický okruh: Marketing a management

Téma: Pojem marketingu a nástroje

Číslo DUMu: VY_32_INOVACE_01_MM

Metodický list/anotace: Vysvětlení pojmu marketing a jeho nástrojů.

Ve cvičení aktivní zapojení žáků při hledání vhodných marketingových přístupů a jejich naplnění.

Téma lze vyučovat i v jiných oborech.

Co je marketing?

Proces řízení, plánování, vytváření koncepcí, oceňování, komunikace se zákazníkem a distribuce produktů, který směřuje ke vzájemné výměně uspokojující potřeby jedinců i institucí.

Rozbor definice o marketingu

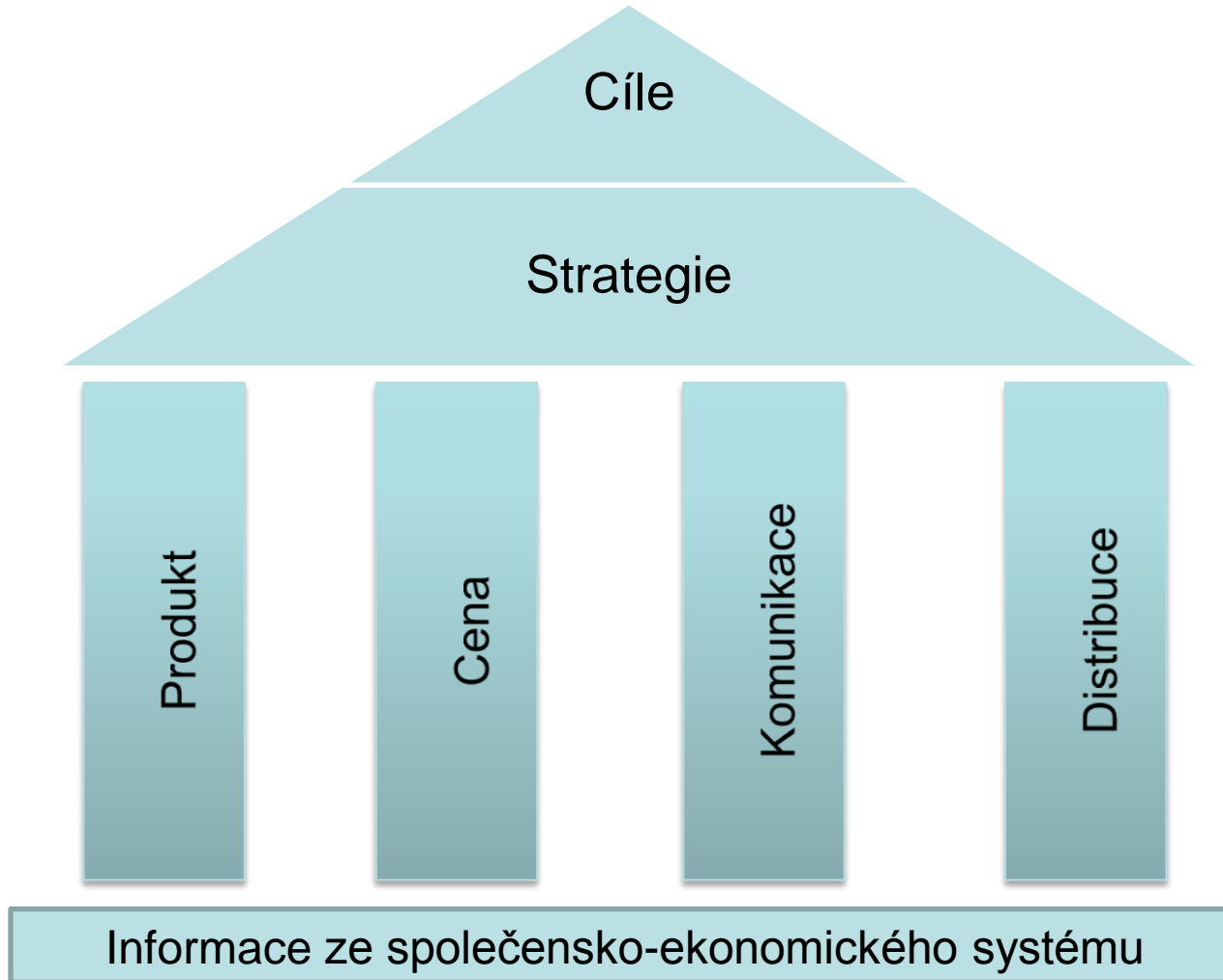
1. Cíl marketingu:

Poznání, předvídání,
ovlivňování a
uspokojování potřeb
zákazníka

2. Cíl marketingu:

Efektivním a
výhodným způsobem
zajistit splnění cílů
podniku

Marketingový mix – 4P



Produkt (Product)

- Jakost
- Vlastnosti
- Funkce
- Design
- Značka
- Balení
- Varianty
- Záruky
- Dodatečné služby

Cena (Price)

- Odráží kvalitu výrobku
- Ceníková cena
- Slevy
- Srážky
- Doba splatnosti
- Úvěrové podmínky

Komunikace (Promotion)

- Reklama
- Podpora prodeje
- Publicita
- Osobní prodej
- Přímý marketing

Distribuce (Placement)

- Přesun zboží
k zákazníkovi
- Odbytové cesty
- Pokrytí
- Sortiment
- Lokality
- Zásoby
- Doprava

Otázky a úkoly

1. V čem spočívá význam marketingu
 - a) z národohospodářského pohledu
 - b) z hlediska organizací
 - c) z pohledu zákazníků

2. Vysvětlete uplatnění marketingu
 - a) ve výrobním podniku
 - b) neziskové organizaci
 - c) politické strany

Prameny

BOUČKOVÁ, J. a kol. *Marketing*. 1. vyd. Praha : C. H. BECK, 2003. ISBN 80-7179-577-1.

KOTLER, P. *Marketing Management*. Praha : Grada Publishing, 2005. ISBN 80-7169-600-5.

MOUDRÝ, M. *Základy marketingu 1*. Kralice na Hané : Computer Media, 2008. ISBN 978-80-7402-000-1.

MOUDRÝ, M. *Základy marketingu 2*. Kralice na Hané : Computer Media, 2008. ISBN 978-80-7402-001-8.

SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. *Základy podnikání*. Praha : Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.

SVĚTLÍK, J. *Marketing – Cesta k trhu*. Zlín : EKKA, 1992.