


## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

<b>Škola:</b>	<b>Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9</b>
<b>Projekt MŠMT ČR:</b>	<b>EU PENÍZE ŠKOLÁM</b>
<b>Číslo projektu:</b>	<b>CZ.1.07/1.5.00/34.0536</b>
<b>Název projektu školy:</b>	<b>Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice</b>
<b>Šablona III/2:</b>	<b>Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT</b>
<b>Číslo šablony:</b>	VY_32_INOVACE_OBP_142
<b>Předmět:</b>	Obchodní provoz
<b>Tematický okruh:</b>	Marketing
<b>Autor, spoluautor:</b>	Ing. Petr Mareš
<b>Název DUMu:</b>	Marketingová a společenská koncepce
<b>Pořadové číslo DUMu:</b>	02
<b>Stručná anotace:</b>	Prezentace obsahuje charakteristiku marketingové a společenské koncepce.
<b>Ročník:</b>	4.
<b>Obor vzdělání:</b>	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání
<b>Metodický pokyn:</b>	Prezentace v MS PowerPoint na podporu výkladu učitele, lze využít i k samostudiu.
<b>Výsledky vzdělávání:</b>	Žák vysvětlí souvislost segmentu trhu, pozice produktu a nástrojů marketingu.
<b>Vytvořeno dne:</b>	6.9.2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	



# Marketingová a společenská koncepce



# Marketingová koncepce

- Ke změně pohledu firem na zákazníky dochází v letech 1950 - 1970.
- Zásada: „Nejdřív poznej potřeby zákazníka a prodáš“.
- Středem zájmu firmy se stává zákazník.
- Tato koncepce vznikla v období poválečné obnovy, kdy došlo ke krizi z nadvýroby.



# Marketingová koncepce

- Základem úspěchu firmy je spokojený zákazník.
- Firma segmentuje trh , aby dokázala co nejefektivněji oslovit potenciální zákazníky.
- Pro firmu je levnější udržet si stávající zákazníky, než získat nové.



# Marketingová koncepce

- **Pravidlo 2/10** – spokojený zákazník se se svou zkušeností podělí v průměru se dvěma lidmi, kdežto nespokojený zákazník o své negativní zkušenosti hovoří s deseti lidmi.
- **Zklamáný zákazník pomluví výrobek u více známých , než u kolika jej spokojený zákazník pochválí.**



# Společenská koncepce

- Tato koncepce je uplatňována od roku 1970 do současnosti.
- Zásada: „Poznej potřeby svého zákazníka, zohledni i potřeby společnosti a prodáš“.
- Vychází z marketingové koncepce a snaží se dát do souladu potřeby a přání zákazníků s dlouhodobými potřebami společnosti.



# Společenská koncepce

- **Firmy se zaměřují na:**
  - Ochranu životního prostředí
  - Etické problémy
  - Národnostní problémy
  - Náboženské problémy
  - Podporu dětských domovů
  - Výzkum a léčbu smrtelných nemocí



# Společenská koncepce

- Tato koncepce předpokládá rovnováhu tří důležitých faktorů:
  - **Zisk firmy**
  - **Uspokojení potřeb zákazníků**
  - **Veřejný zájem**





# Cvičení

- Vysvětlete pravidlo 2/10.
- Uvedte oblasti, na které se zaměřují firmy uplatňující společenskou koncepci.



## Použité zdroje:

MOUDRÝ, M. *Základy marketingu*. 1. vyd. Kralice na Hané : Computer Media, 2008. 160 s. IBSN 978-80-7402-002-5.