

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Škola:	Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9
Projekt MŠMT ČR:	EU PENÍZE ŠKOLÁM
Číslo projektu:	CZ.1.07/1.5.00/34.0536
Název projektu školy:	Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice
Šablona III/2:	Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT
Číslo šablony:	VY_32_INOVACE_OBP_143
Předmět:	Obchodní provoz
Tematický okruh:	Marketing
Autor, spoluautor:	Ing. Petr Mareš
Název DUMu:	Marketingový mix
Pořadové číslo DUMu:	03
Stručná anotace:	Prezentace obsahuje různé typy marketingových mixů a jejich charakteristiku.
Ročník:	4.
Obor vzdělání:	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání
Metodický pokyn:	Prezentace v MS PowerPoint sloužící jako podpora výkladu nové látky, tento materiál lze využít i k samostudiu.
Výsledky vzdělávání:	Žák vysvětlí souvislost segmentu trhu, pozice produktu a nástrojů marketingu.
Vytvořeno dne:	7.9.2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	



Marketingový mix



Marketingový mix

- Je souhrn nástrojů, pomocí nichž se firma snaží dosáhnout svých cílů na trhu.
- Použití marketingových nástrojů závisí na mnoho faktorech jako jsou např.:
 - povaha produktu,
 - stadium životního cyklu produktu,
 - charakter trhu,
 - výše rozpočtu firmy,
 - a jiné.



Marketingový mix

- Existuje celá řada různých marketingových mixů, které jsou vytvořeny cíleně pro konkrétní oblasti podnikání.
- Mezi nejznámější marketingové mixy patří:
 - **4P**
 - **4C**
 - **6P**
 - **8P**

4P

- Označení 4P je podle prvních písmen anglických názvů jednotlivých marketingových nástrojů.
- 4P zahrnuje:
- **Product** - produkt, výrobek
- **Price** – cena
- **Place** – distribuce, místo
- **Promotion** – marketingová komunikace, propagace



4C

- Marketingový mix 4P je tvořen z pohledu firmy, kdežto marketingový mix 4C je tvořen z pohledu zákazníka.
- 4C zahrnuje:
- **Customer value** – zákaznická hodnota
- **Customer cost** – zákaznickovy náklady
- **Convenience** – zákaznickovo pohodlí
- **Communication** – komunikace se zákazníkem



6P

- Marketingový mix 6P je používán především v sektoru služeb a zahrnuje nástroje marketingového mixu 4P + další 2 nástroje:
 - **People** – lidé, lidské zdroje
 - **Process** – procesy



8P

- Marketingový mix 8P je používán v oblasti cestovního ruchu a zahrnuje nástroje marketingového mixu 4P + další 4 nástroje:
- **People** – lidé, lidské zdroje
- **Packaging** – tvorba balíčků služeb
- **Programming** – tvorba specifických programů
- **Partnership** – spolupráce s firmami, či jinými subjekty



Cvičení

- Existuje i marketingový mix pro oblast školství označovaný jako 7P. Zkuste vymyslet nástroje, které by podle Vás měl tento mix obsahovat.



Řešení

Marketingový mix ve školství:

Product - produkt, výrobek

Price – cena

Place – distribuce, místo

Promotion – marketingová komunikace, propagace

Personalities – osobnosti

Process Pedagogical Approaches – pedagogické přístupy

Participation Activating – participační aktivizace, způsob zapojení studenta do výuky

Použité zdroje:

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