

# **Základní pojmy marketingu**

## **klíčová slova**

---

**Marketing – marketingový mix –  
produkt – cena – distribuce –  
propagace**

---

# Definice marketingu

---

## Marketing je

takový proces řízení, kterým podnik dosahuje zisku prostřednictvím spokojených zákazníků.

## Marketing –

hledání cílových skupin pro odbyt a metody ovlivňování trhu (marketingový mix)

---

# Hlavní úkoly marketingu

---

- ❖ **Výzkum trhu**
  - ❖ **Analýza trhu jako celku (strategie vstupu na trh)**
  - ❖ **Analýza zákazníka**
  - ❖ **Analýza konkurence**
  - ❖ **Analýza vlastního podniku**
  - ❖ **Stanovení cílů podniku**
  - ❖ **Stanovení marketingových cílů**
  - ❖ **Určení marketingové strategie**
  - ❖ **Vypracování marketingového plánu**
  - ❖ **Taktika marketingového mixu**
  - ❖ **Vlastní prodej**
  - ❖ **Hodnocení úspěšnosti prodeje**
-

# Cíle podniku

---

- ❖ Musí o nich vědět všichni
  - ❖ Ztotožnění se s cíli
  - ❖ Postupy, jak cílů dosáhnout
  - ❖ Musí být vreaálné
  - ❖ Měřitelné
  - ❖ Kontrolovatelné
  - ❖ Srozumitelné
  - ❖ Co? Kdy? Jak?
-

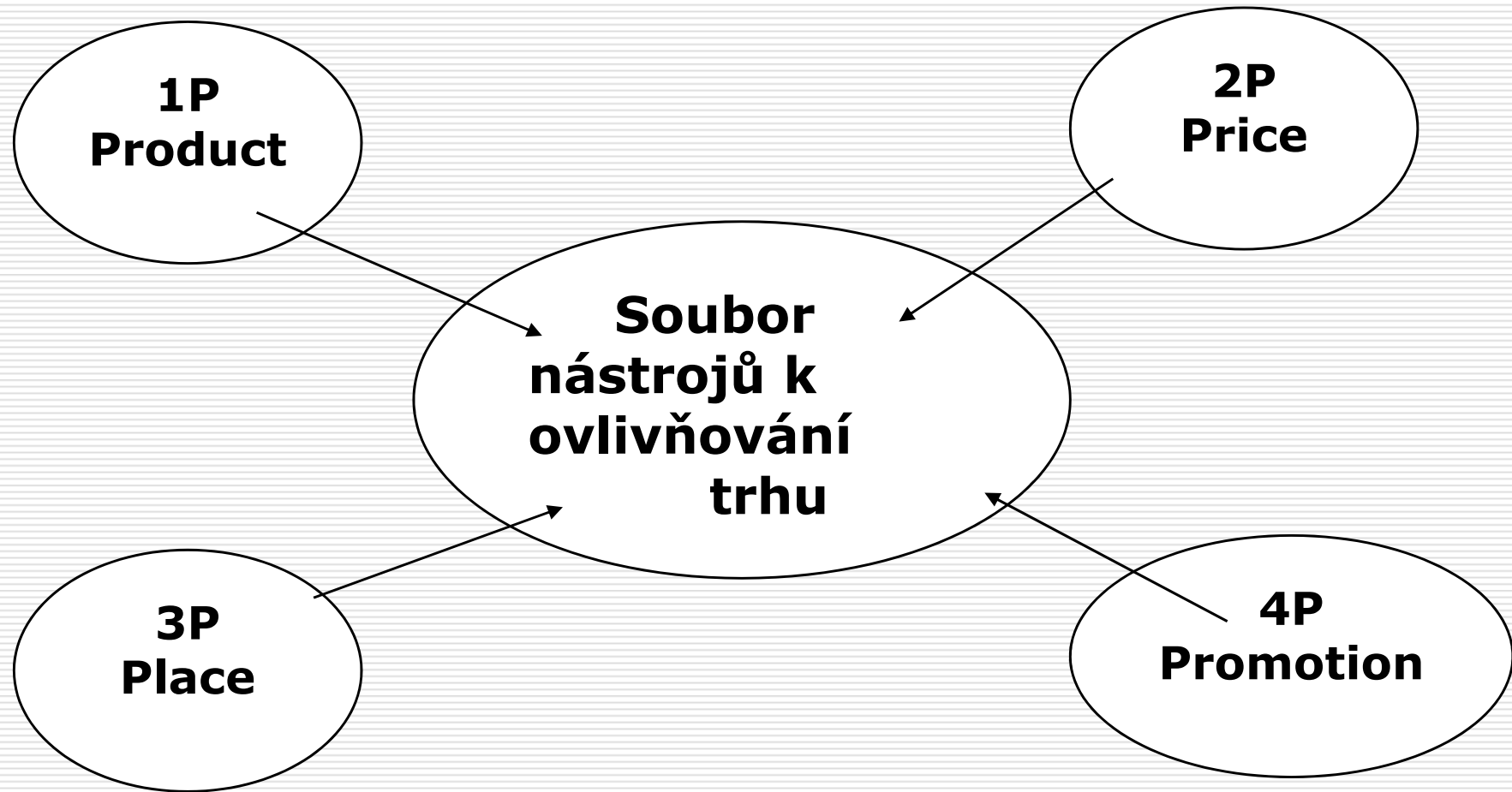
# Orientace firmy na trh

---

1. Výrobní: odbyt na velkém trhu, minimální náklady na jednotku produkce – nízká cena
  2. Výrobní: zvyšování množství nabízeného sortimentu
  3. Prodejní: prodávat stávajícím zákazníkům větší množství
  4. Marketingová: Výzkum trhu – nabízet jen to, co lidé chtějí
-

# Marketingový mix

---



# 1P Product – Výrobková politika

---

Produkt – výrobní sortiment - šířka  
sortimentu - hloubka sortimentu –  
atributy výrobku – značka – logo –  
klasifikace výrobků – životní cyklus  
výrobku



# 2P Price – Cenová politika

---

Cena – cenová diferenciacie – metody stanovení ceny – psychologické působení ceny – rabatní politika – dodací a platební podmínky – financování prodeje





# **3P Place – Distribuční politika**

---



**Distribuční kanál – distribuční  
cesta – Maloobchod –  
Velkoobchod - Logistika**

---

# 4P Promotion – Komunikační politika

Komunikační mix  
osobní prodej  
telemarketing  
direkt mailing  
reklama  
podpora prodeje  
public relations  
sponzoring



# Otázky k zamyšlení

---

1. Jaké jsou hlavní úkoly marketingového oddělení firmy?
  2. Vysvětlete podstatu jednotlivých orientací firmy na trh.
  3. Které nástroje tvoří marketingový mix.
-