

# Zadání seminární práce

## Marketingový mix vybraného produktu

- Cílem je zpracování marketingového mixu a návrhů na zvýšení prodejnosti vybraného produktu pro bezpečnostní složky

# Základní struktura

- Titulní strana
- Úvod
- Cíl a metodika práce
- Product - Produkt
- Promotion - Komunikační mix
- Price - Cena
- Place - Distribuční cesta
- Další prvky marketingového mixu
- Návrhy na zvýšení prodejnosti
- Zdroje
- Přílohy

# Titulní strana

---

- Identifikace autora (příjmení, jméno, skupina, předmět, ročník, škola, podpis)
- Název (Marketingový mix .....)
- Datum odevzdání

# Úvod

---

- Význam marketingového mixu (obecně vlastními slovy)
- Důvod výběru produktu

# Cíl a metodika práce

---

- Hlavní cíl a dílčí cíle
- Postup práce
- Použité metody
- Cílová skupina (možné využití výsledků)

# Produkt

- ◉ Základní charakteristika – jádro produktu (název, funkce, vývoj, ....)
- ◉ Rozšířený produkt (značka – image nebo goodwill, obal, .....)
- ◉ Doplnkové služby či komplementární produkty
- ◉ Konkurenční produkty (možnost využití substitutů)

# Komunikační mix

- Reklama
- Podpora prodeje
- Osobní prodej a PR
- Direct marketing, direct mail
- Možnosti využití specifických typů marketingu (buzzmarketing: guerilla marketing, virální marketing – word of mouth; pojem ambush marketing)





# Cena

---

- Srovnání ceny a kvality
- Poskytování slev
- Změna ceny (inovace, cenové akce, ....)

# Distribuční cesta

---

- ◉ Popis celé distribuční cesty, včetně jednotlivých variant
- ◉ Charakteristika distributorů
- ◉ POS (points of sale)

# Další prvky marketingového mixu

- balíčky
- lidé
- spolupráce a partnerství

# Návrhy a doporučení na zvýšení prodejnosti

- produkt
- komunikace
- cena
- distribuce
- ostatní prvky MM

# Formální úprava a odevzdání práce

- Formát A4; řádkování 1,5; okraje 2,5 cm; písmo Times New Roman; velikost písma 12; nadpisy 14 bold
- Rozsah práce 5 – 7 stran textu (bez příloh) včetně tabulek (grafy, obrázky, schémata, diagramy apod. uvést v příloze)
- Práci odevzdat do odevzdáárny nejpozději 20.12.2015
- Při hodnocení je rozhodující obsahová-faktická stránka práce a současně se přihlíží i k formální stránce