

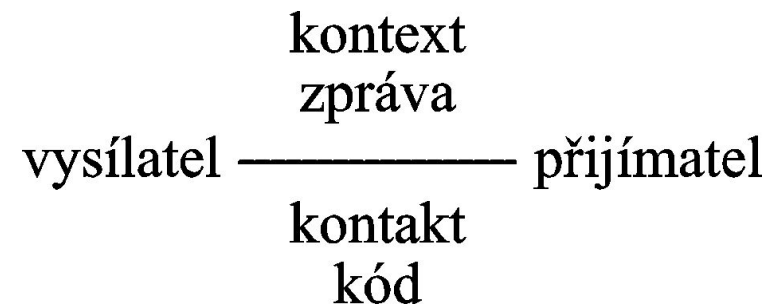
MUNI
FSS

Úvod do marketingu

Mgr. František Šudřich

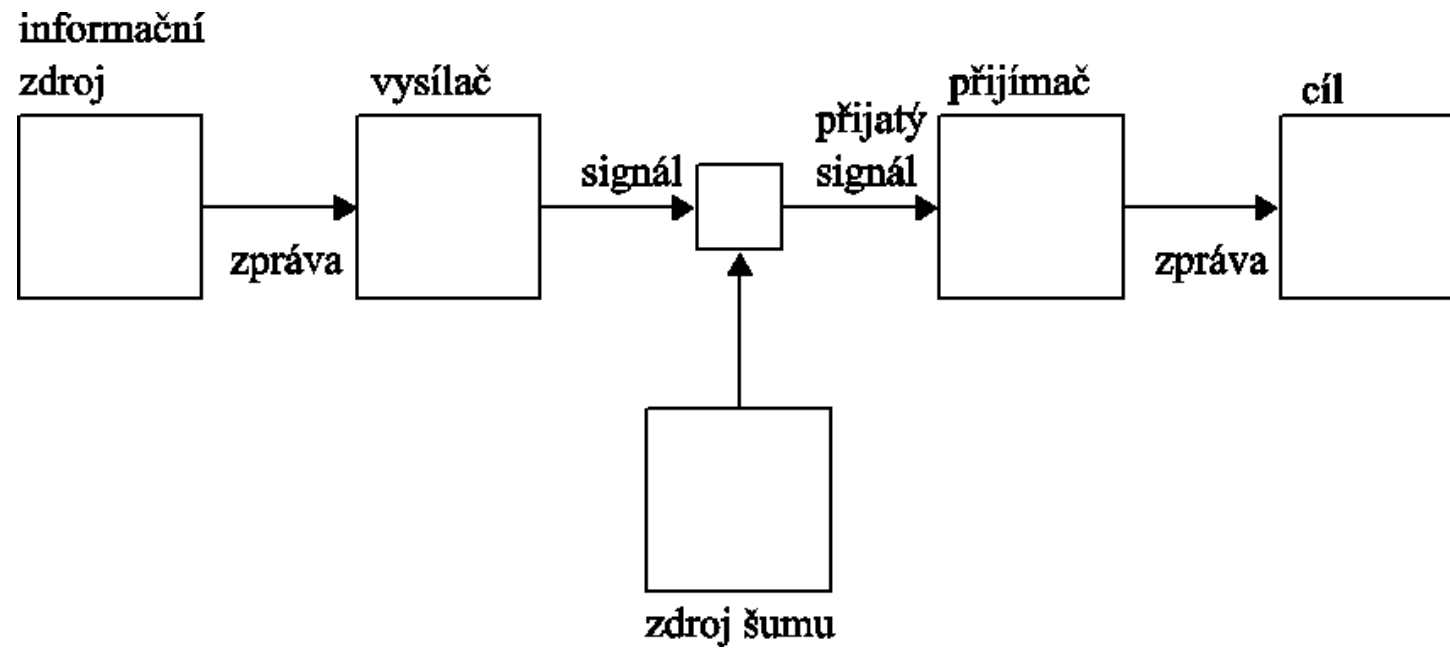
Komunikace

- Jacobsonův komunikační model



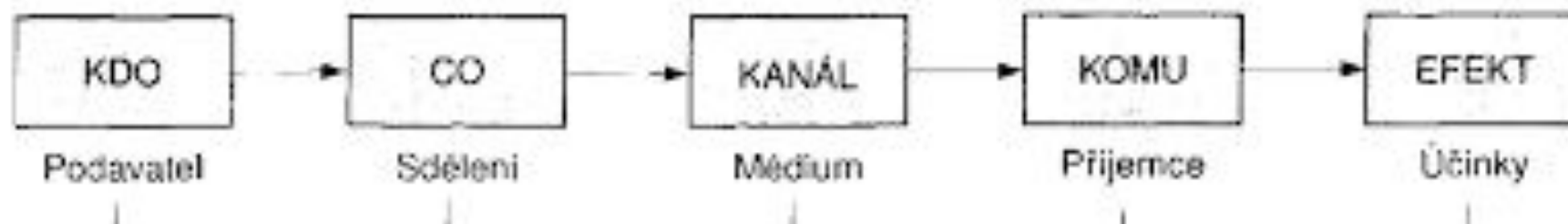
Komunikace

- Shannon-Weaverův k.m.



Komunikace

- Laswellův k.m.



KOMUNIKACE

x

MARKETING

KOMUNIKACE

x

MARKETING

Marketing je procesem plánování a naplňování koncepce, oceňování a distribuce myšlenek, výrobků a služeb. Směřuje k uskutečňování vzájemné výměny, uspokojující potřeby jedince a organizací.

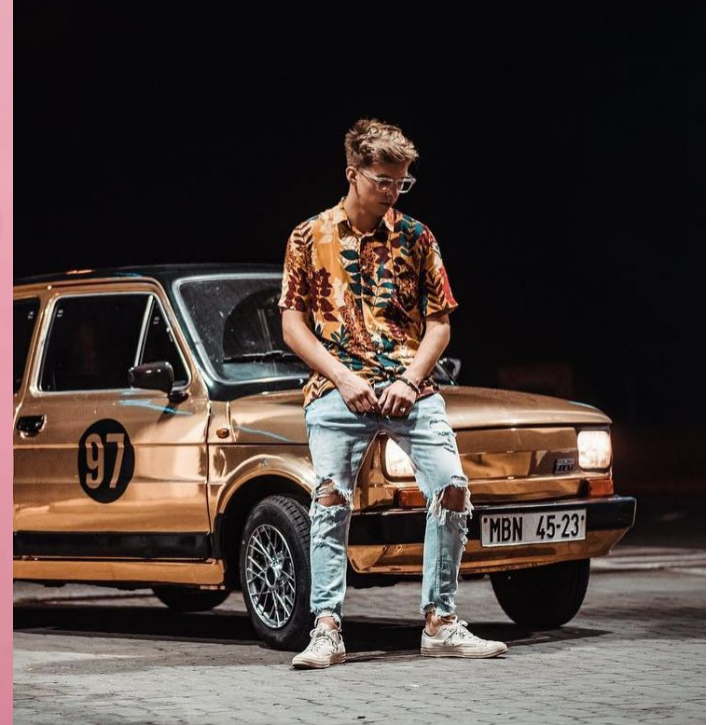
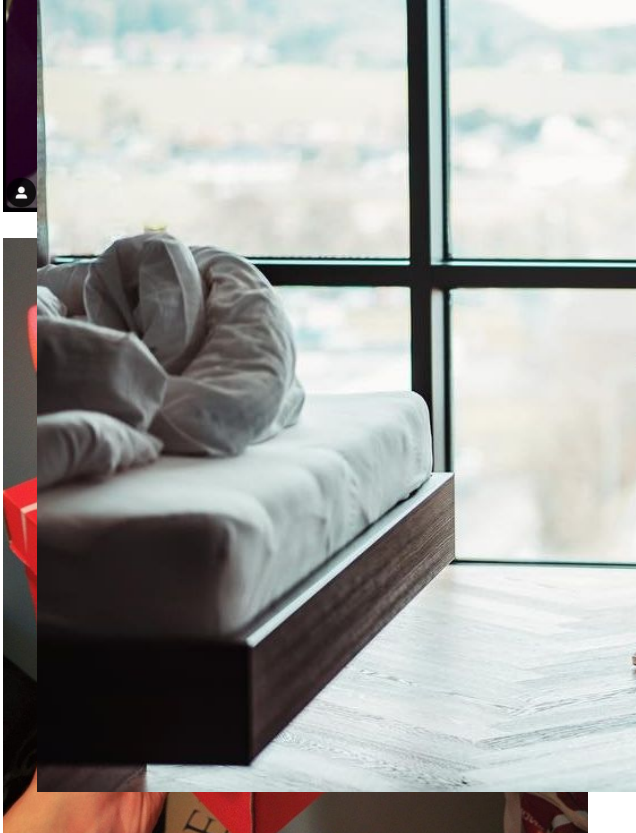
Naplňování potřeb se ziskem.

KOMUNIKACE x MARKETING

Marketing je procesem plánování a naplňování koncepce, oceňování a distribuce myšlenek, výrobků a služeb. Směřuje k uskutečňování vzájemné výměny, uspokojující potřeby jedince a organizací.

Marketing

jako celostní komunikační disciplína



Marketingový mix

- 4 P marketingového mixu

PRODUCT

PRICE

PLACE

PROMOTION



Bata

LV
LOUIS VUITTON

Coca-Cola

a **alza.cz**



MUNI
FSS

Značka

- Budování hodnoty značky
- Prvky značky
- Brand awareness



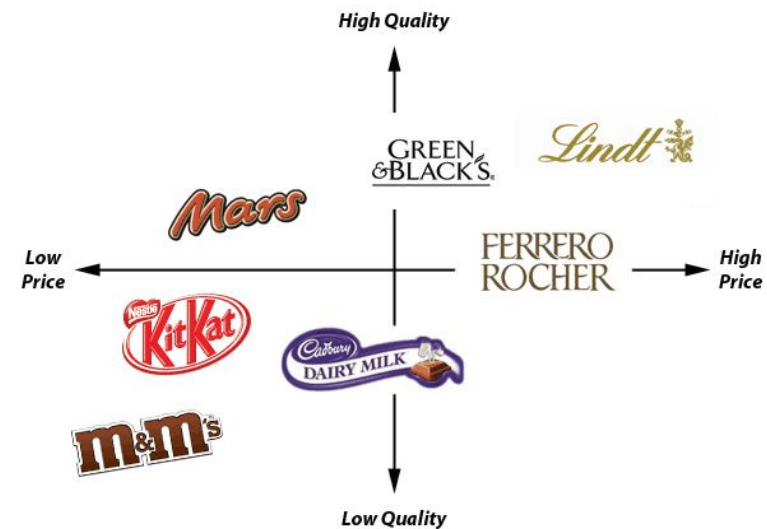
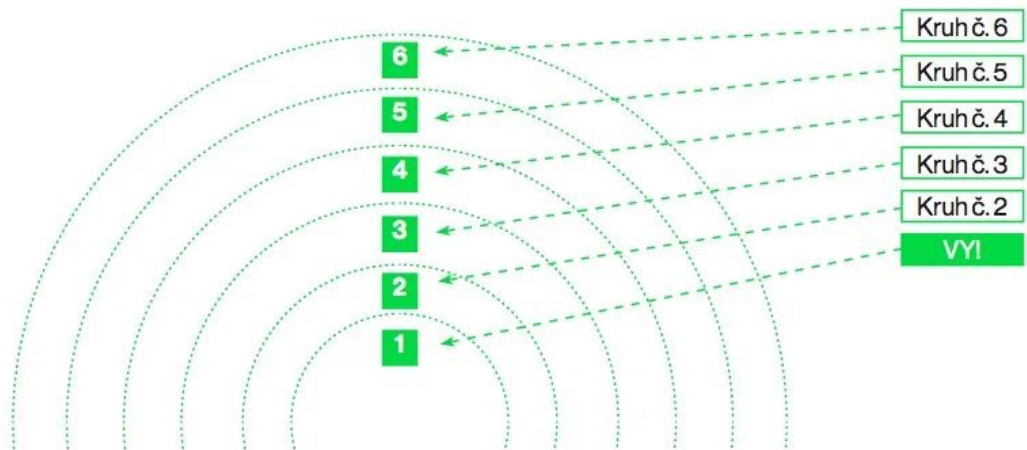
Analýza značky

- SWOT analýza



Analýza konkurence

- Proč se věnovat analýze konkurence?
- Přímá / nepřímá konkurence
- SWOT / PORTER / jiné modely
- Individuální přístup dle odvětví a cílů



Úkol na příští setkání

- Vypracujte analýzu konkurence vašeho klienta
- Připravte krátkou prezentaci se stručně zmapovanou konkurencí
- Zaměřte se na silné a slabé stránky konkurentů v oblastech produktů, jejich prezentace a marketingové komunikace
- Koho vyhodnocujete jako největšího konkurenta pro vašeho klienta a proč?
- Vyberte konkurenční firmu, od které by se váš klient mohl inspirovat - v čem?

Marketingový model AIDA

