

- 1) Strategické řízení a strategie (pojetí, obsah strategického řízení, druhy a typologie strategií)
- 2) Strategie efektivnosti jako dominanta
- 3) Strategický plánovací cyklus (charakteristika jednotlivých částí)
- 4) Externí analýzy
- 5) Interní analýzy
- 6) Zpracování externích a interních analýz
- 7) SWOT analýza, analýza kritických faktorů úspěchu
- 8) Generické konkurenční strategie (východiska, charakteristika, tvorba, podmínky použití)
- 9) Financování strategického portfolia
- 10) Změna jako konkurenční výhoda (invence, inovace, jejich zdroje, význam a konkrétní podoby)
- 11) Přístupy k řízení strategického rozvoje podniku
- 12) Funkční a procesní management (charakteristika, výhody, nevýhody)
- 13) Postavení strategického marketingového řízení ve strategickém řízení podniku
- 14) Organizace marketingu a marketingové plánování
- 15) Podrobná charakteristika jednotlivých částí marketingového plánu
- 16) Uplatnění zásad tvorby marketingového plánu ve vlastní seminární práci

**Obhajoba seminární práce: Strategická marketingová analýza a zpracování návrhu marketingové strategie pro vybraný podnik.**

Lze očekávat **obecné** otázky typu:

Proč jsem zvolil zrovna tento cíl?

Jaké externí analýzy jsem zvolil? Proč jsem zvolil právě tyto externí analýzy?

Jaké interní analýzy jsem zvolil? Proč jsem zvolil právě tyto interní analýzy?

Proč jsem na základě SWOT, případně analýzy kritických faktorů úspěchu zvolil právě použitou strategii?

Navrhuji i nějakou variantní strategii? Proč?

Jak bude použitá strategie hodnocena? Kdy, jak, kým bude plán kontrolován? Proč?

Lze očekávat **konkrétní** otázky typu:

Různé, dle vytyčených cílů, výsledků a interpretace analýz, navržených strategií, výsledků rozpočtu, atd.

V Brně, dne 27.11.2011