



European
School
of Business
& Management



SYLABUS MODULU

6. Marketingové nástroje a principy

Lektor: doc. Ing. Jana Turčínková, Ph.D.

Anotace modulu:

Marketing hraje významnou roli v úspěšném řízení firmy jak z krátkodobého, tak i dlouhodobého hlediska. Nabízí firmě lépe se přizpůsobit aktuálnímu vývoji trhu, poznat potřeby zákazníků, vyhodnotit, jaké jsou možnosti firmy tyto potřeby uspokojovat a jak se vymezit vůči konkurenčním nabídkám. K tomu slouží nástroje marketingového výzkumu, analýzy prostředí a marketingového plánování. Díky získaným poznatkům dává firmě možnost lépe nadefinovat pro zvolené segmenty zákazníků přizpůsobený marketingový mix (produkt, cena, distribuce, komunikace, lidé, partnerství, procesy, fyzické důkazy, ...), ale i být připravena na být flexibilní a upravovat jednotlivé prvky mixu v závislosti aktuálních změn na trhu. Základní principy marketingu jsou dlouhodobě platné, pozornost však bude věnována i aktuálním trendům v marketingu (experience marketing, gamifikace, consumer personalization, big data, obsahový marketing, influencer marketing, anti-consumerism, aj.).

Cíl modulu:

Cílem modulu je seznámit s principy marketingového plánování firmy, vycházejícím z analýzy současné situace na trhu a přípravy marketingového plánu. Seznámí s problematikou chování spotřebitelů, volby vhodných cílových skupin, definice

positioningu a následně i marketingového mixu. Pozornost bude věnována aktuálním trendům v marketingu, jako i důsledků aktuální pandemické situace.

Literatura:

1. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.
2. KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.