



## Syllabus 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 flexibilně 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.

**European School of  
Business & Management SE**

Londýnská 376/57, 120 00 Praha 2  
IČ: 29299306, DIČ: CZ29299306

☎ + 420 221 620 232 ✉ [info@esbm.cz](mailto:info@esbm.cz)

☎ + 420 603 836 740 🖱 [www.esbm.cz](http://www.esbm.cz)

