



Sylabus modulu

6. Strategický marketing

Lektor: PhDr. František Grunt

Anotace modulu

Marketingové plánování a tvorba marketingové strategie je procesem, jehož se v různé míře účastní všichni marketéři, bez ohledu na konkrétní pozici. Modul Strategický marketing naznačuje svým rozsahem znalosti, jimiž by měl disponovat především manažer / ředitel marketingu, případně senior specialista - tj. lidé, kteří jsou zodpovědní za strategické řízení marketingu firmy. Obsah modulu překládá studentům systematický souhrn všech aktivit, jež jsou obvykle součástí marketingového plánování a tvorby marketingové strategie. To je v pojetí výuky vnímáno jako komplexní proces, jenž zahrnuje nejen vývoj marketingové strategie a návrh akčního plánu (jak bývá marketingové plánování často nesprávně vnímáno), ale také analytickou přípravu (marketingový výzkum, analýza vnějšího a vnitřního marketingového prostředí, analýza konkurence a vývoj marketingových cílů) a vyhodnocení.

Prezentace k lektorskému setkání je zaměřena na ilustraci různých pojetí marketingové strategie na reálných příkladech, kterou by takto souhrnně studenti v literatuře těžko hledali. Smyslem lektorského setkání je zajistit správné pochopení látky studenty, nabídnout jim prostor pro dotazy a zpětnou vazbu pro jejich vlastní interpretace načtených informací.

Cíl modulu:

Příprava studentů pro manažerskou pozici v marketingu. Seznámení s marketingem jakožto strategickým procesem, představení klíčových pojmů a metod.

Literatura

1. BEDNÁŘ, Vojtěch. Marketing na sociálních sítích: prosadte se na Facebooku a Twitteru. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3320-0.
2. FORET, Miroslav. Marketing-základy a postupy: jak se chovají spotřebitelé. přístupy k zákazníkům : zpracováváme marketingový plán : tvoříme marketingový zisk : modelové situace, příklady, cvičení. Praha: Computer Press, 2001. Business books (Computer Press). ISBN 80-7226-558-x.
3. GODIN, Seth. Tohle je marketing!: zcela nový přístup k marketingu, prodeji a reklamě. Přeložil Eva MAŠKOVÁ KŘÁPKOVÁ. Praha: Grada, 2020. ISBN 978-80-271-2567-8.
4. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Strategický marketing: strategie a trendy. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.
5. KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. Marketing. Praha: Grada, c2004. ISBN 80-247-0513-3.
6. KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. Marketing management. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.
7. KOTLER, Philip. Moderní marketing: 4. evropské vydání. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
8. LINHART, Zdeněk. Marketing. Praha: Credit, 2003. ISBN 80-213-1011-1.
9. MCCARTHY, E. Jerome a William D. PERREAULT. Základy marketingu. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-29-5.
10. VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. Reklama: jak dělat reklamu. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2010. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3492-7.

European School of Business & Management SE

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

☎ +420 221 620 232 ✉ info@esbm.cz
📠 +420 603 836 740 🌐 www.esbm.cz

