



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

# Marketingový management

Joelle Bhullar, MBA

## CO ZÍSKÁTE STUDIEM A ABSOLVOVÁNÍM TOHOTO PŘEDMĚTU

Studium tohoto předmětu vám umožní pochopit, jak provést situační analýzu a určit konkurenční výhodu společnosti. Získáte široký přehled o tom, jak odborníci na marketing vytvářejí a realizují marketingové strategie, aby uspokojili potřeby svých zákazníků a zároveň dosáhli svých obchodních cílů. Tento kurz se bude zabývat problematikou spotřebitelů, segmentace zákazníků, produktů a služeb, cenových strategií a řízení nových technologií.

Tento modul se zabývá segmentací zákazníků, cílovými spotřebiteli, produkty a službami a cenovými strategiemi. Studijní materiál zkoumá rozdíl mezi prodejní a tržní orientací. Dále se dozvíte, co je to strategické plánování a proč je marketingový plán důležitý. V rámci kurzu bude vysvětleno, jak stanovit cíle marketingového plánu se zaměřením na obsluhované trhy a výhody, které zákazníci hledají.

Nakonec se dozvíte o strategii cílového trhu a marketingovém mixu. Jsou zde představeny termíny produkt, místo, propagace a cena a je vysvětlena implementace tržní strategie. Porozumíte tomu, proč by měli marketingoví manažeři rozpoznat chování spotřebitelů, včetně složek rozhodovacího procesu spotřebitelů. Dále se dozvíte o kritériích úspěšné segmentace a základech pro segmentaci spotřebitelských trhů a také o rozdílu mezi položkou produktu, produktovou řadou a produktovým mixem.

Po absolvování tohoto předmětu budete schopni vypracovat správné marketingové strategie prostřednictvím analýzy S.W.O.T.

Studiem tohoto předmětu dále získáte především možnost průběžně **konzultovat reálné problémy, případy a situace z vaší praxe** s lektorem – **expertem na danou problematiku**, a v rámci těchto konzultací pod jeho odborným vedením **zpracovat jejich řešení formou prakticky orientované případové studie** (seminární práce). Díky tomu, že konzultace neprobíhají skupinově, ale pouze přímo mezi vámi a lektorem, **můžete konzultovat i citlivé firemní záležitosti**, včetně konkrétních dat atd., bez obav ze sdílení těchto údajů s dalšími studenty.

**Výstupem po absolvování tohoto předmětu je tedy cenný dokument ihned dále použitelný ve vaší firmě či zaměstnání, s vysokou přidanou hodnotou díky one-to-one konzultacím s odborníkem.**



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

### OBLASTI A TÉMATA, V NICHŽ MŮŽETE S LEKTORKOU KONZULTOVAT

- Analýza nákladů
  - Cenová strategie a analýza
  - Začínající podnikatelé / malé podniky
  - Hodnota životnosti zákazníka
- Další témata v rámci odborné působnosti lektora, po vzájemné dohodě.

### ZPŮSOB ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU

Předmět je zakončen zpracováním **seminární práce**, v níž student **řeší konkrétní téma ze své praxe**, týkající se daného předmětu, případně **některé z modelových témat připravených lektorem** (viz níže). Seminární práce je zpracovávána v rozsahu **7-10 stran formátu A4**, z toho se musí jednat alespoň o **8 normostran textu**. Seminární práce je lektorem ohodnocena procentuálně, přičemž **50 % a více** znamená **úspěšné absolvování daného předmětu**.

### MODELOVÁ TÉMATA SEMINÁRNÍ PRÁCE

1. SWOT analýza společnosti, ve které pracujete
2. SWOT analýza společnosti, kterou budete zakládat
3. SWOT analýza globální organizace (Google, IBM, Apple atd.)
4. SWOT analýza regionální společnosti (cestovní kancelář, jazyková škola s výukou angličtiny)
5. SWOT analýza neziskové organizace

### STUDIJNÍ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE

Podpůrné studijní materiály vypracované lektorem (dostupné online ve studijním systému).

**Elektronické knihy z online knihovny Bookport od nakladatelství Grada:**



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

[Simplify Your Strategy](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=PZg6Q8HJ6lw>

[The Five Competitive Forces That Shape Strategy](#)

[https://www.youtube.com/watch?v=mYF2\\_FBCvXw](https://www.youtube.com/watch?v=mYF2_FBCvXw)

[The Marketing Plan Handbook, 6th Edition](#)

[How to Write a Marketing Plan](#)

[Organic solid waste management in a circular economy perspective – A systematic review and SWOT](#)

[Getting Strategy Execution Right](#)

[Getting Strategy Execution Right](#)

[Consumer Psychology in a Recession](#)

[How Starbucks Trains Customers to Behave](#)

1. [Clicking this link you will find a great discussion on YouTube about branding and positioning.](#)

Rohit Deshpandé, Harvard Business School professor, describes ways that emerging market companies can overcome consumer bias against their products.

2. [A fun article where a man creates havoc when he trademarks “Pi.”](#)

**Ostatní studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):**

**Ostatní užitečné zdroje (videomateriály, online profesní skupiny, blogy, diskuse atd.):**