

**ZADÁNÍ**     **„Pivo and Pohoda: The Social Conditions and Symbolism of Czech Beer-Drinking (analýza textu s využitím znalostí SLEPT analýzy a kulturních specifik Čechů – 1 osoba; + komparace s jinou zemí – 2-3 osoby)**

Úkol:

**Analýza textu s využitím SLEPT analýzy, kulturních specifik vybrané země a kulturních specifik země – ČR - 1 osoba; komparace s jinou zemí– 2 osoby)**

Analýza textu znamená několikrát si text přečíst (kvůli zapamatování) a potom pospojovat informace z různých částí textu, tak, aby vedly k cíli.

Cílem tohoto úkolu je využít znalosti z marketingu (na ESF z MKT I, II a MKT v EU), provázat s informacemi v textu a být schopen najít, poukázat a zformulovat závěry z těchto oblastí – nejlépe se zohledněním jednotlivých prvků SLEPT + Ku analýzy:

- symbolické atributy piva v ČR (případně v komparované zemi) včetně historických kořenů
- kultura a jazyk – spojení s pivem (lingvistický základ)
- pozice piva jako produktové a nápojové kategorie v ČR (a v komparované zemi)
- odlišnost fyzických atributů produktu piva v ČR na rozdíl od jiných zemí (případně komparované země)
- světově proslulé značky a jejich pozice
- „etnickost“ piva na území ČR
- pivo – a marketingové nástroje produkt a cena v ČR (komparace s jinou zemí)
- distribuční faktory piva (nástroje distribuce v daném distribučním článku) v ČR (komparace s jinou zemí)
- kupní chování v případě piva v ČR (komparace s jinou zemí?)
- sociální a demografické faktory a pivo v ČR (komparace s jinou zemí)

!!!!Dát pozor – informace pro dané cíle jsou „roztroušeny“ v celém textu!!!!

Vhodná literatura:

USUNIER, J.C., Marketing across culture.