

Strategický marketing

Anotace

Podnikatelská perspektiva subjektů je spojena s poznatky a implementací strategického marketingu. Nové přístupy v marketingu s akcentem na přístupy, metody a postupy umožňujícími reálné hodnocení pozice produktů i podniků na trhu, na jehož základě se vytvářejí marketingové programy zajišťující podnikatelskou prosperitu.

Klíčová slova:

Vize, mise, strategické podnikové cíle, marketingové cíle, prostředí, marketingové analýzy, marketingový audit, MIS, strategické řízení značek, targeting, positioning, systematizace marketingových strategií, strategie v oblasti marketingového mixu, marketingové plány, marketingový audit. Strategie segmentace zákazníků a positioningu. Strategie v rámci jednotlivých nástrojů marketingového mixu - produkt, cena, distribuce, lidé. Informační systém marketingu jako podpora marketingových strategií.

Osnova

- Význam marketingu a marketingové strategie v podmínkách globalizace ekonomických jevů a procesů. Základní školy: Kotler, Porter, Ansoff, Becker.
- Strategické marketingové řízení v kontextu strategického řízení. Standardní přístupy a postupy k tvorbě strategických dokumentů..
- Metody marketingové strategické situační analýzy: SWOT analýza, metody portfoliové analýzy a její modifikace (BCG, GE .produktů, matice životního cyklu odvětví, analýza zkušenostního efektu, model Petra Druckera, Paretto analýza).
- Informační systém marketingu jako podpora marketingových strategií.
- Marketingový strategický výzkum a segmentace trhu (segmentace, targeting, positioning).
- Strategické řízení značky
- Strategie v rámci jednotlivých nástrojů marketingového mixu. Produktová, distribuční, cenová a kontraktační, komunikační politika a strategie.
- Moderní marketingové přístupy a jejich využití ve strategickém marketingu.

Literatura předmětu

Gibson, R.: Nový obraz budoucnosti, 3. vydání, Management Press 2007, ISBN 978-80-7261-159-1

Kotler, P., Keller, K. L.: Marketing Management, 12e, Free Press, New York 2006, ISBN 0-13-145757-8

Kotler, P., Keller, K. L.: Marketing Management, 12. vydání, Grada Publishing 2007, ISBN 978-80-247-1359-5

Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G.: Moderní marketing, Grada Publishing, ISBN 978-80-247-1545-2

Kotler, P., Dipak, C. J., Maesincee, S.: Marketing v pohybu, Management Press, Praha 2007, ISBN 978-80-7261-161-4

Jakubíková, D.: Strategický marketing, Praha, VŠE 2005, ISBN 80-245-0902-4

Horáková, H.: Strategický marketing, Praha, Grada Publishing 2003, ISBN 80-247-0447-1