

Marketing BP522

Anotace:

Předmět Marketing (BP522) pro studijní směr Management cestovního ruchu je členěn na dvě části. První část obsahuje základní kurz marketingu, kde se studenti seznámí ze základními pojmy marketingu. Druhá část je zaměřena na specifika marketingu cestovního ruchu a seznamuje studenty mj. s jednotlivými marketingovými aplikacemi jako marketing atraktivit a destinační marketing.

Klíčová slova:

marketing – marketingové nástroje – výroková politika – cenová politika – distribuční politika – komunikační politika - marketingový výzkum – marketing cestovního ruchu – aplikace marketingu cestovního ruchu

Obsah předmětu:

1. Marketing – obecná část (26 hod.)

1.1. Marketing – základní pojmy (definice marketingu, orientace firmy na trh, hlavní úkoly marketingu, marketingový mix, strategie vstupu na trh)

1.2. Marketingové nástroje

1.2.1. Výroková politika (obsah výrokové politiky, definice produktu, stavba výrobku, klasifikace výrobků, životní cyklus produktů, sportovní produkty, vslastnosti sporovních produktů, sportovní průmysl)

1.2.2. Cenová politika (obsah cenové politiky, cena, metody stanovení ceny, cenová diferenciacce, rabatní politika, dodací a platební podmínky)

1.2.3. Distribuční politika (obsah distribuční politiky, distribuční kanál, distribuční články, logistika)

1.2.4. Komunikační politika (definice komunikace, komunikační mix, komunikační nástroje, sponzoring, sportovní reklama)

1.3. Marketingový výzkum (definice, tvorba dotazníků)

2. Marketing cestovního ruchu (2 hod.)

2.1. Specifika marketingu cestovního ruchu

2.2. Vybrané aplikace marketingu cestovního ruchu

2.2.1. Marketing atraktivit

2.2.2. Marketing destinací

Informace pro studenty:

Kontaktní údaje:

Ing. Šárka Dvořáková, Ph.D.

e-mail: sarka.danhelova@email.cz

Materiály a informace k výuce:

www.fsps.muni.cz/~dvorakova

Osobní účast na přednáškách není nezbytná

Doporučená literatura:

- Danihelková, H.: Základy marketingu I. Brno, Meter, 1999
- Danihelková, H.: Základy marketingu II. Brno, Meter, 1999
- Dvořáková, Šárka. *Sportovní marketing*. Brno : Masarykova Univerzita, 2005. 72 s. ISBN 80-210-3901-9.
- Sekot, Aleš - Blahutková, Marie - Dvořáková, Šárka - Sebera, Martin. Marketingové aspekty sportu. In *Kapitoly ze sportu*. Brno : Masarykova univerzita, 2004. od s. 111-154. ISBN 80-210-3531-5.

Podmínky pro udělení zkoušky:

- Předmět je ukončen písemným testem – k úspěšnému absolvování testu je třeba alespoň 70% úspěšnosti