

Osnova OP3MK_STMM

- 1. Význam strategického řízení pro konkurenceschopnost podniku.
- 2. Hierarchie strategií a postavení strategického marketingového řízení ve strategickém řízení podniku.
- 3. Druhy a typy strategií a marketingových strategií.
- 4. Proces strategického řízení a strategického marketingového řízení.
- 5. Analýzy vnějšího (obecného a oborového) okolí.
- 6. Analýzy vnitřního prostředí.
- 7. SWOT analýza.
- 8. Proces tvorby strategií a návrh variantních strategií.
- 9. Implementace a metody hodnocení strategie.
- 10. Zpracování strategického marketingového plánu.

Literatura

- Westwood, John. *Jak sestavit marketingový plán*. Translated by Jiří Vejdělek. Vyd. 1. Praha : Grada, 1999. 117 s. ISBN 80-7169-542-4. [info](#)
- Mozga, Jaroslav - Vitek, Miloš. *Strategický marketing*. Vyd. 1. Hradec Králové : Gaudeamus, 2001. 239 s. ISBN 80-7041-484-7. [info](#)
- Horáková, Helena. *Strategický marketing. 2., rozš. a aktualiz. vyd.* Praha : Grada, 2003. 200 s. ISBN 80-247-0447-1. [info](#)
- Mikoláš, Zdeněk. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku : konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 198 s. ISBN 80-247-1277-6. [info](#)
- Košťan, Pavol - Šuleř, Oldřich. *Firemní strategie : plánování a realizace*. 1. vyd. Praha : Computer Press, 2002. xi, 124 s. ISBN 80-7226-657-8. [info](#)
- Dedouchová, Marcela. *Strategie podniku*. Vyd. 1. Praha : C.H. Beck, 2001. xiv, 256 s. ISBN 80-7179-603-4. [info](#)
- Charvát, Jaroslav. *Firemní strategie pro praxi*. 1. vyd. Praha : Grada, 2006. 201 s. ISBN 80-247-1389-6. [info](#)
- Jakubíková, Dagmar. *Strategický marketing*. Vyd. 1. V Praze : Vysoká škola ekonomická, 2005. 209 s. ISBN 80-245-0902-4. [info](#)