



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Název školy: Střední odborná škola stavební Karlovy Vary,
Sabinovo náměstí 16, 360 09 Karlovy Vary

Autor: ING. JANA KOVAŘÍKOVÁ

Název materiálu: VY_32_INOVACE_02_MARKETING 1_S.P

Číslo projektu: CZ 1.07/1.5.00/34.1077

Tematická oblast : EKONOMIKA

Datum tvorby: 16.8.2013

Datum ověření: 6.9.2013

Klíčové slovo: potřeby, zákazník, koncepce podniků

Anotace/ nebo metodický list: Prezentace je určena pro žáky 1.ročníku oboru podnikání, slouží k výkladu a procvičování dané látky. Žáci se seznámí s výukovým materiálem na téma marketing, jeho obsah a význam pro ekonomické subjekty.

Marketing I.

Význam marketingu

Marketing

= proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a uspokojování potřeb zákazníka s cílem dosáhnout zisk

Podnikatelské koncepce

- **výrobní podnikatelská koncepce** – vznikla v období zvyšování produkce zavedením výrobních linek (pásová produkce) – Bat'a, Ford



- **výrobní PK** – vychází z předpokladu, že zákazník bude upřednostňovat kvalitu a výjimečnost produktu, podnik svůj výrobek neustále zdokonaluje
- nebezpečí – zamilovanost do vlastního výrobku

Porsche 911



- **prodejní PK** – souvisí s výrobou, předpokládá, že masová výroba potřebuje masovou distribuci
- distribuční síť roste, cílem je prodat to, co výrobce vyrobil, ne to, co zákazník chce



- **sociální PK** – snaží se dát v soulad potřeby zákazníků s potřebami společnosti = **inteligentní spotřeba**

- **marketingová PK** – předpokládá, že výrobce vyrábí to, co zákazník chce = pochopení přání a potřeb
- nutné je získat nové zákazníky a zajistit si jejich věrnost
- zaměření na cílový trh – skupinu zákazníků s podobnými znaky, to se pak odráží v propagaci, ceně, distribuci, balení, aj.

Význam marketingu

- pomáhá zvyšovat kvalitu a užité vlastnosti produktů
- má zajistit pestrou nabídku kvalitního zboží
- M je uplatňován ve všech ekonomikách, kde nabídka převyšuje poptávku

Význam pro spotřebitele

- konkurence se snaží o zlepšování kvality a užitných vlastností produktů » změna obalu
 - » změna designu
 - » skutečné zdokonalení výrobku
 - » změna povědomí obyvatelstva
 - » zlepšení zákaznického servisu
 - » informace o použití, složení, aj.

Význam pro podniky

- usnadňuje podnikatelská rozhodnutí
- zároveň umožňuje snižovat rizika:
 - » snížení počtu chyb
 - » snížení ztrát
 - » snížení počtu úpadků

Význam pro národní hospodářství

- zaměstnává lidi, kteří odvádí daně
- zajišťuje prostředky, které nemá stát – sponzoring
- pro dobré fungování trhu musí zajistit infrastrukturu, telekomunikace, fungující obchod, aj.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Citace:

- Vlastní archiv
- SVĚTLÍK, Jaroslav. *MARKETING, cesta k trhu*. Zlín: EKKA, 1994,
- i.dnes
- Autoweb
- Wikipedie