



On-line kurz MARKETING

Ukázka materiálů

Přinášíme Vám ukázkou a popis toho, jak vypadá náš on-line kurz Marketing.

On-line kurz Marketing je rozdělený do 2 částí:



- 1. Část obsahuje **studijní materiály***
- 2. Část obsahuje **interaktivní testy a procvičování***

Dále v textu najdete konkrétní ukázky 😊

Studijní materiály

Všechny naše studijní materiály zpracoval náš lektorský tým.

Materiály obsahují popis teorie včetně grafického znázornění, na ukázkou se můžete podívat na další stránce. A dále zde najdete:

	Otázky k tématu <ul style="list-style-type: none">• na těchto otázkách si ověříte své znalosti
	Praktická cvičení <ul style="list-style-type: none">• na těchto příkladech se zamyslíte nad tím, jak probrané téma aplikovat v praxi

Podívejte se dál:

- *Na následujících 2 stránkách najdete ukázkou teoretické části ze studijních materiálů.*
- *Na stránce číslo 4 najdete ukázkou interaktivních testů.*



Malá ukázka ze studijních materiálů Marketing (lekce 1.1, strana 1 a 2):

Modul 1

CHARAKTERISTIKA A VÝZNAM MARKETINGU

LEKCE 1.1

ÚVOD DO MARKETINGU

„Úspěch vychází z porozumění potřebám a přáním okolí a z vytváření myšlenek, služeb nebo produktů, které tyto potřeby a přání naplňují.“¹

Pár slov na úvod

Jsme rádi, že jste otevřeli první lekci kurzu marketingu a věříme, že pro Vás celý kurz bude přínosem. Marketing je jedna z našich „srdečných záležitostí“ už jenom proto, že je to úžasně kreativní obor, který se stále vyvíjí a proměňuje, a tím nás motivuje k další práci na našich projektech a nakonec i na sobě samých. V současné době se marketing prakticky prolíná všemi oblastmi života. Je celkem jedno, jestli jste obchodník, právník, učitel, masér, řidič, kadeřnice, nebo třeba lékař ... se znalostí (alespoň základů) marketingu, se snáze dopracujete k tomu, čeho byste si ve svém oboru přáli dosáhnout. Takže na otázku, zda jste v tomto kurzu správně, existuje jediná odpověď ☺: Určitě ano!

1. MARKETING

Centrum služeb pro podnikání s.r.o.

Definice marketingu

Dle Philipa Kotlera, předního marketingového odborníka, je marketing definován jako **„společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot.“²**

Jiný marketingový specialista, Eric N. Berkowitz, na oblast marketingu nahlížel jako na proces plánování a realizace, koncipování, oceňování, distribuce a propagace myšlenek, výrobků a služeb s cílem jejich směňování tak, aby uspokojovaly cíle jedince i organizace.³

Marketing je manažerský proces používaný firmou (jednotlivci či skupinami). Jeho cílem je naplňovat **potřeby a přání konkrétních firem**. Ty mohou představovat cokoliv – **komerční i nekomerční cíle**. Může jít o maximalizaci zisku, dosažení prodejních cílů nebo

¹ Kotler a kol., 2007: str. 40.

² Kotler a kol., 2007: str. 40

³ Berkowitz, 1992.

tržního podílu. V nekomerční a neziskové sféře může jít o změnu potřeb a přání ostatních jednotlivců nebo skupin. **Klíčovým faktorem pro dosažení úspěchu je porozumění potřebám a přáním okolí a vytváření myšlenek, služeb nebo produktů, které tyto potřeby naplňují.**



MARKETING je činnost orientovaná na:

- **zákazníka** (a jeho vztah k firmě)
- **produkty a služby**
- **komunikaci**

Marketing je činnost orientovaná:

- **na zákazníka** a jeho vztah k firmě
- **na produkty a služby**
- **na komunikaci**

Mezi hlavní cíle marketingu patří:

- **uspokojování potřeb zákazníka**
- **maximalizace hodnoty** vnímané zákazníkem
- **přilákání nových zákazníků** slibem mimořádné hodnoty
- **udržení si zákazníků** stávajících zajištěním jejich spokojenosti

„Cílem marketingu je udělat akt prodeje nadbytečným. Cílem je znát a chápat zákazníka tak dobře, aby mu výrobek nebo služba přesně odpovídala ... a prodávala se sama.“⁴

Uspokojování potřeb zákazníka

Maximalizace hodnoty vnímané zákazníkem

Přilákání nových zákazníků slibem mimořádné hodnoty

Udržení si zákazníků stávajících zajištěním jejich spokojenosti

⁴ Baker, 1990: str. 47–48.



Interaktivní testy

Všechny interaktivní testy jsou připravené na míru jednotlivým kurzům. Testy pro kurz Marketing obsahují téměř 200 otázek. Testy vytvořili naši lektori tak, aby navazovaly na studijní materiály.

Ovládání studijního systému je velmi jednoduché. Testy můžete skládat opakovaně. Na závěr každého testu systém vždy zkontroluje Vaše odpovědi a ukáže Vám správná řešení. Takto například vypadají testové otázky z oblasti marketingu:

Rozlišujeme pět typů **podnikatelských koncepcí**:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. prodejní, zákaznickou, komunikační, marketingovou a výrobní koncepci
- b. tradiční, výrobní, prodejní, marketingovou a on-line koncepci
- c. výrobní, výrobkovou, prodejní, marketingovou koncepci a koncepci společenského marketingu

Prodejní podnikatelskou koncepcí se vyplatí použít

v případě nebo v situaci, kdy má firma kapacitu zboží.

Vyberte z nabídky správné pojmy.

Různé druhy spotřebního zboží se odlišují charakteristickými nákupními zvyklostmi jejich zákazníků:

Pro zboží platí, že **zákazníci jej nakupují často, bez předchozího nebo jen malého plánování, věnují tedy málo úsilí srovnávání nabídky na trhu i samotnému nákupu produktu.**

Správný výraz přesuňte do textu pomocí myši.

Cílem **SWOT analýzy** je upozornit na klíčové silné a slabé stránky organizace, stejně jako na příležitosti a hrozby, kterým firma aktuálně čelí. **Analýza SWOT** pomáhá manažerům při přípravě strategických marketingových plánů.

Uveďte, zda je toto tvrzení pravdivé.

Vyberte jednu z nabízených možností:

- Pravda
- Nepravda