

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Název školy	SŠHS Kroměříž
Číslo projektu	CZ.1.07/1.5.00/34.0911
Autor	Ing. Anna Grussová
Název šablony	VY_32_INOVACE 29_MAR
Název DUMu	MAR.2907.1D
Stupeň a typ vzdělávání	Odborné vzdělávání
Vzdělávací oblast	Společenské vědy
Vzdělávací obor	Marketing
Vzdělávací okruh	Základy marketingu
Druh učebního materiálu	Prezentace – marketingový mix
Cílová skupina	Žák, 16 - 19 let
Anotace	Prezentace seznamuje žáky se základy marketingu, zabývá se taktickými pomůckami marketingu.
Speciální vzdělávací potřeby	PC, POWER POINT, dataprojektor
Klíčová slova	4P marketingu, produkt, cena, distribuce, propagace
Datum	1. 9. 2012

---

# Marketingový mix

---

# Marketingový mix = 4 P

---

- Product = výrobek
  - Price = cena
  - Place (placement) = distribuce
  - Promotion = komunikace
-

# Marketingový mix

```
graph TD; MM([Marketingový mix]) --> PM[Produktový mix]; MM --> DM[Distribuční mix]; MM --> CM[Cenový mix]; MM --> PropM[Propagační mix]; CTR((Cílový trh <br/> (tržní segment)));
```

## Produktový mix

varianty  
funkce  
kvalita  
design  
obal  
značka  
služby

## Distribuční mix

kanály  
pokrytí  
zásoby  
doprava

Cílový trh  
(tržní segment)

## Cenový mix

Termíny platby  
Způsoby platby  
Úvěrové podmínky  
Leasing  
Slevy a srážky

## Propagační mix

podpora prodeje  
přímý marketing  
osobní prodej  
práce s veřejností  
reklama

- 
- Jde o taktickou pomůcku marketingu.
  - Všechny části mixu jsou využívány k vytvoření určité pozice výrobku na trhu.
  - Jde o to, aby zákazníci vnímali výrobek odlišně od výrobků konkurenčních.
-

# 4 P marketingu

---

- **Produkt** a jeho vlastnosti z hlediska zákazníka označuje nejen samotný výrobek či službu, ale také sortiment, kvalitu, design, obal, značku, doprovodné služby apod.
  - **Cena** je hodnota vyjádřená v penězích, za kterou je produkt prodáván. Zahrnuje termíny a podmínky placení, náhrady nebo možnosti úvěru či slevy.
-

- 
- **Distribuce** uvádí jak se produkt dostane ke konečnému zákazníkovi, včetně distribuční sítě, prodejního sortimentu, zásobování a dopravy.
  - **Propagace** říká, jak se spotřebitelé o produktu dozví (od přímého prodejce, přes některou z forem propagace či podporu prodeje).
-

# Opakování předchozí učební látky:

---

1. Co jsou 4. P marketingu?
  2. Čím se zabývá propagační mix?
  3. Co zahrnuje cenový mix?
  4. Co je předmětem distribučního mixu?
  5. Co patří do produktového mixu?
-

# SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

---

- [1] FORET, Miroslav; PROCHÁZKA, Petr; URBÁNEK, Tomáš. *Marketing základy a principy*. 2 vyd. Praha: Computer Press, 2005. 156 s. ISBN: 80-251-0790-6.
- [2] KLÍNSKÝ, Petr; MÜNCH, Otto. *Ekonomika pro obchodní akademie a ostatní střední školy*. 2 vyd. Praha: Fortuna, 2003. 200 s. ISBN 80-7168-689-1.
- [3] KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing a. s., 2003. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.
- [4] MOUDRÝ, Marek. *Marketing - základy marketingu - učebnice učitele*. 1. vyd. Kralice na Hané: Computer Media s.r.o., 2008. 160 s. ISBN 978-80-7402-002-5.
- [5] SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing – Cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s. r. o., 2005. 340 s. ISBN 80-86898-48-2.
- [6] VYDROVÁ, Jaruše; et. al. *Příklady z marketingu a jejich řešení*. 1 vyd. Praha: Fortuna, 1998. 88 s. ISBN 80-7168-560-7.
- [7] VYSEKALOVÁ, Jitka; STRNAD, Pavel; VYDROVÁ, Jaruše. *Základy marketingu pro střední odborné školy*. 1 vyd. Praha: Fortuna, 2003. 168 s. ISBN 80-7168-419-8.
-