

# Marketingové plánování

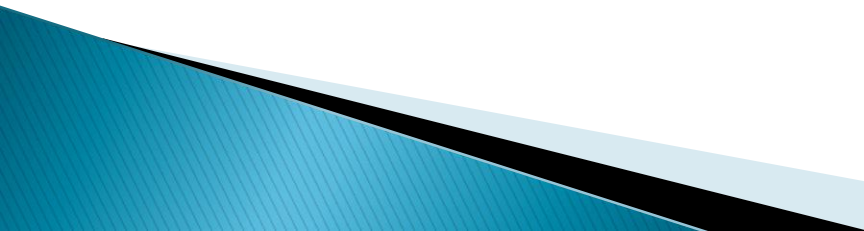
# Marketingové plánování

<b>Číslo projektu</b>	CZ.1.07/1.5.00/34.0124
<b>Název projektu DUM</b>	Škola budoucnosti s využitím IT VY_11_INOVACE_MAR19
<b>Název školy</b>	SPŠ a SOŠGS Most
<b>Předmět</b>	MAR
<b>Tematický okruh</b>	Marketingové plánování
<b>Téma</b>	Marketingové plánování
<b>Ročník</b>	4.
<b>Jméno autora</b>	Ing.Lenka Bombera Piskačová
<b>Datum tvorby</b>	9.9.2012
<b>Anotace</b>	Žáci se seznámí s druhy marketingových plánů

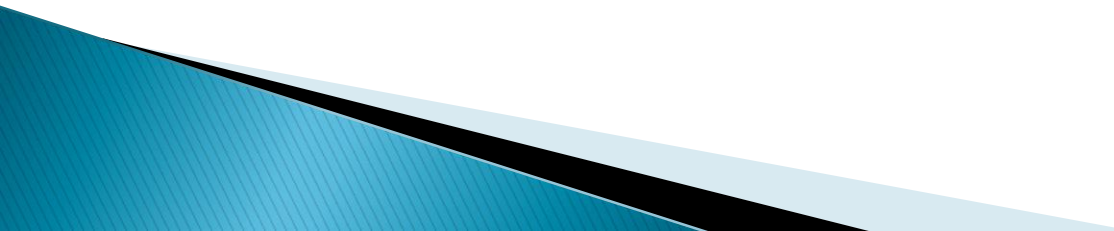
# Marketingové plánování

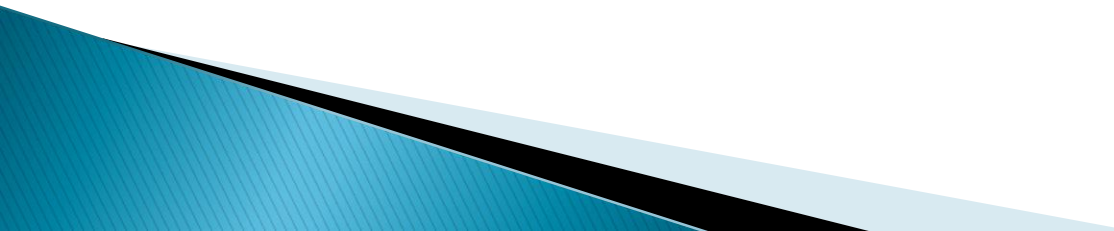
- ▶ – nástroj řízení a koordinování činností firmy
- ▶ – nástroj marketingového řízení

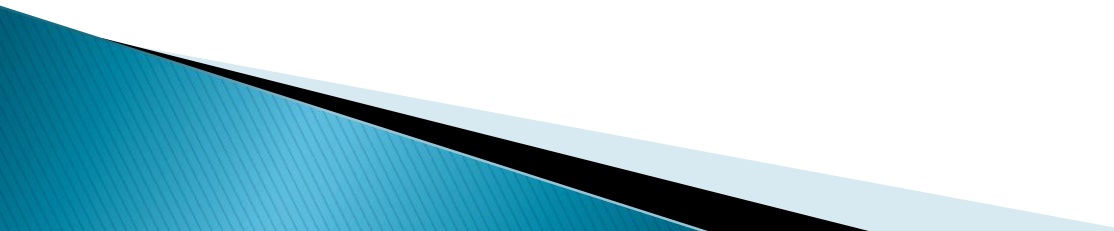
# Výhody marketingového plánování

- ▶ koordinace činností napomáhajících k dosažení
  - ▶ systematické plánování zdrojů možnostem trhu
  - ▶ přizpůsobování zdrojů možnostem trhu
  - ▶ zvýšení možností objevovat příležitosti na trhu
  - ▶ Průběžné sledování činnosti a následná kontrola
- 

# Časové hledisko plánování

- ▶ 1.) Operativní plán
  - ▶ – jedná se o krátkodobý plán s časovým horizontem do jednoho roku
  - ▶ – každodenní řízení firmy
- 

- ▶ 2.) Taktický plán
  - ▶ střednědobý plán v řízení firmy s časovým horizontem od jednoho do tří let
  - ▶ umožňuje rychlou reakci na případné změny ve vnějším marketingovém prostředí
- 

- ▶ 3.) Strategický plán
  - ▶ dlouhodobý plán s časovým horizontem nad tři roky
  - ▶ vychází z poslání a vize firmy
  - ▶ Zabývá se firmou z dlouhodobého hlediska
- 

# Fáze marketingového plánování

- ▶ 1.) analýza
  - ▶ 2.) plánování
  - ▶ 3.) realizace
  - ▶ 4.) kontrola
- 