

# Marketing a marketingová komunikace 4.0 pro MSP

**Garant:** Ing. Vladimír Vavrečka, CSc.

---

## Abstrakt:

---

V současnosti dochází k turbulentnímu vývoji na trzích. Hlubokými změnami prochází zejména chování zákazníků, odvíjející se jak od převratných technologických změn, tak od změn životních stylů a nákupních vzorců lidí. Je proto potřeba změnit marketingové myšlení a řízení firem. Předpokladem úspěšnosti marketingové politiky firem se tak stává mimo jiné i vhodná kombinace on-line a off-line nástrojů. Program je určen všem zájemcům o podnikání, marketing a marketingovou komunikaci, kteří jsou odhodláni kombinovat on-line a off-line marketing a marketingovou komunikaci v zájmu úspěšné identifikace, poskytování a sdělování hodnoty cílovým trhům.

---

## Cíle programu:

---

- Vysvětlit změny a trendy marketingového prostředí a identifikovat jejich dopady na marketingový management a komunikaci v sektoru MSP na B2C i B2B trzích.
- Popsat principy marketingového managementu a procesy identifikace, poskytování a sdělování hodnoty v podmínkách Marketingu 4.0.
- Aplikovat principy Marketingu 4.0 a integrované marketingové komunikace s přihlédnutím ke specifickým MSP a podnikatelských sektorů.

## Motto programu:

---

*„Podnikání má dvě – a pouze dvě – základní funkce: marketing a inovace. Marketing a inovace plodí výsledky, vše ostatní jsou náklady.“*

Peter Drucker

---

## Struktura programu:

---

1. Elektronické podnikání a obchodování. Průmysl 4.0 a Marketing 4.0.
  2. Základní principy a pojmy marketing managementu 4.0.
  3. Metody a nástroje identifikace tržních příležitostí a hrozeb
  4. Marketingové strategie a marketingové plánování pro MSP
  5. Řízení a realizace procesu identifikace hodnoty pro zákazníka
  6. Řízení a realizace procesu poskytování hodnoty a jeho subprocesů
  7. Řízení a realizace procesu sdělování hodnoty a jeho subprocesů
  8. Off-line nástroje marketingové komunikace pro MSP
  9. On-line nástroje marketingové komunikace pro MSP
  10. Marketing na sociálních médiích
- 



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

## Metody výuky:

- kombinace výkladu a skupinové diskuze
- individuální i skupinové řešení dílčích úloh
- řešení projektu
- případové studie

## Časová dotace:

<b>Přímá výuka</b>	14
<b>Studium materiálů</b>	42
<b>Tvorba projektu</b>	40

## Požadavky na absolvování programu:

Zpracování projektu uplatnění principů Marketingu 4.0 od identifikace hodnoty pro zákazníka, přes poskytování až po sdělování hodnoty v podmínkách konkrétní podnikatelské situace MSP. Prezentace projektu a jeho obhajoba.

O absolvování programu CŽV vydá Vysoká škola podnikání a práva jeho účastníkům osvědčení.

## Zdroje ke studiu:

<b>Základní</b>	<b>Textové</b>	Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). <i>Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital</i> . New Jersey: John Wiley & Sons Inc. ISBN: 978-1-119-34120-8. Světlík, J. (2016). <i>Marketingové komunikace</i> . Ostrava: VŠPP. ISBN: 978-8806847-79-5.
	<b>Video</b>	Qiang L. (2019, 21. října). <i>Philip Kotler -The Father of Modern Marketing-Keynote Speech-The Future of Marketing</i> [Video]. YouTube. Dostupné z <a href="https://www.youtube.com/watch?v=WPetPmIN1Iw">https://www.youtube.com/watch?v=WPetPmIN1Iw</a>
<b>Doporučené</b>	<b>Textové</b>	Doherty, J. (2015). <i>Online Marketing for Small Businesses</i> . Warwickshire: In Easy Steps Limited. ISBN: 978-1-84078-628-6. Janouch, V. (2017). <i>Internetový marketing</i> . Brno: Computer Press. ISBN: 978-80-251-4322-3. McDonald, M., & Wilson, H. (2011). <i>Marketingový plán. Příprava a úspěšná realizace</i> . Brno: BizBooks. ISBN: 978-80-265-0014-8. Mulačová, v., Mulač, P. & kol. (2013) <i>Obchodní podnikání ve 21. století</i> . Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-4780-4. Vašítková, M. (2014). <i>Marketing služeb efektivně a moderně</i> . Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-5037-8.
	<b>Video</b>	Rogers, K. (2014, říjen). <i>Where are our digital ads really going?</i> [Video]. Ted.com. Dostupné z <a href="https://www.ted.com/talks/kristi_rogers_where_are_our_digital_ads_really_going">https://www.ted.com/talks/kristi_rogers_where_are_our_digital_ads_really_going</a>

