

Mezinárodní marketing

Socio-kulturní prostředí



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ**

Ing. Daniel Kvíčala



- PEST analýza - opakování
 - Sociálně-kulturní prostředí.
-

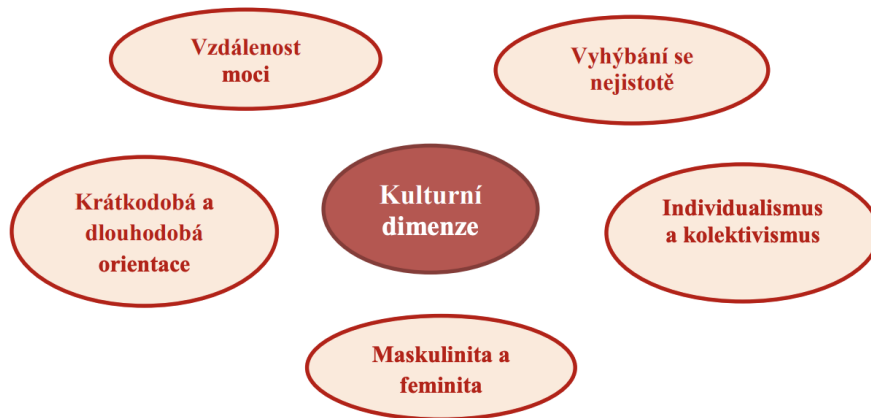


- Politické a právní
 - Ekonomické
 - Sociálně-kulturní
 - Technologické
-

- **Kultura** – identita - jazyk, náboženství, zvyky, komunikace, tabu, chování, mýty, vzory, umění, hodnoty



- Kulturní dimenze - Hofstede





- Sociálně demografické
 - Fyzické
 - Psychické
-



Globalizace vs. etnocentrismus



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Socio-kulturní faktory ovlivňující marketing v zahraničí



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Jazyk
 - Náboženství
 - Vzdělání
 - Estetika a umění
 - Hodnoty a názory
-



Vliv náboženství na marketing



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Vliv systému vzdělávání na marketing



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ





Vliv hodnot a názorů na marketing



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

