

# Mezinárodní marketing

# Mezinárodní produktová politika



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Daniel Kvíčala

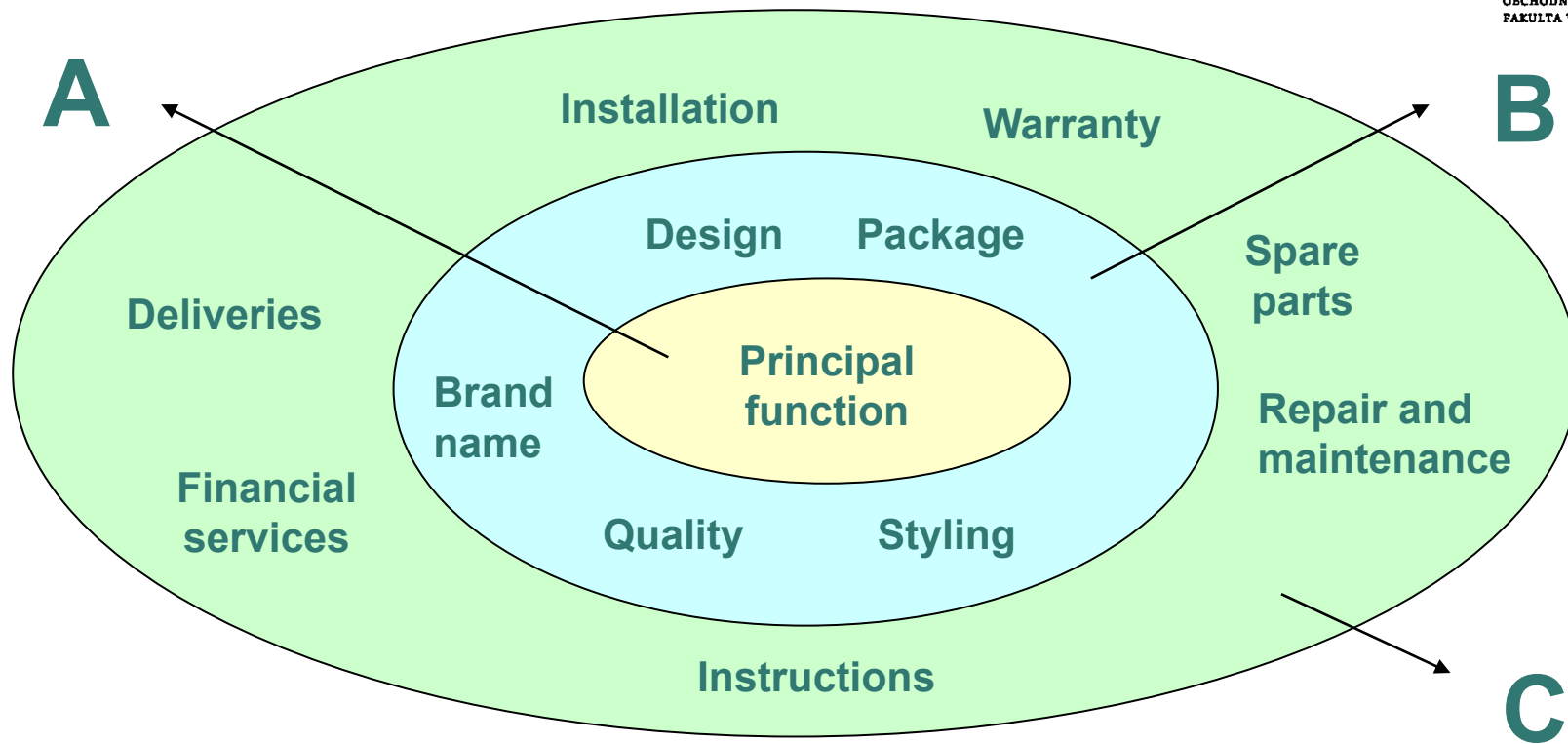


- 1 Klasifikace produktů.
  - 2 Strategie standardizace a adaptace.
  - 3 Životní cyklus produktu.
  - 4 Nejčastější adaptace – obal.
  - 5 Značková politika.
-

# 1 Klasifikace produktů



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



- Co to je?
- K čemu to je?
- Hodnotová nabídka



## 2 Strategie standardizace produktů

---



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho je určena?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho je určena?



# Faktory PRO adaptaci produktů

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Legislativní nařízení.
- Kultura (náboženství).
- Kultura (estetika).
- Hospodářsko-technické předpisy.
- Klima.
- Kupní síla.
- Úroveň technických znalostí.
- Podle somatotypů obyvatel.
- Stravovací návyky.
- Vybavenost domácností a životní úroveň.



## 4 Nejčastější adaptace - obal

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Chrání.
- Je to nositel informací.
- Propaguje.
- Podle klimatických podmínek se mění.
- Podle podmínek transportu.
- Způsob distribuce.
- Zdravotně nezávadný.
- Další požadavky.

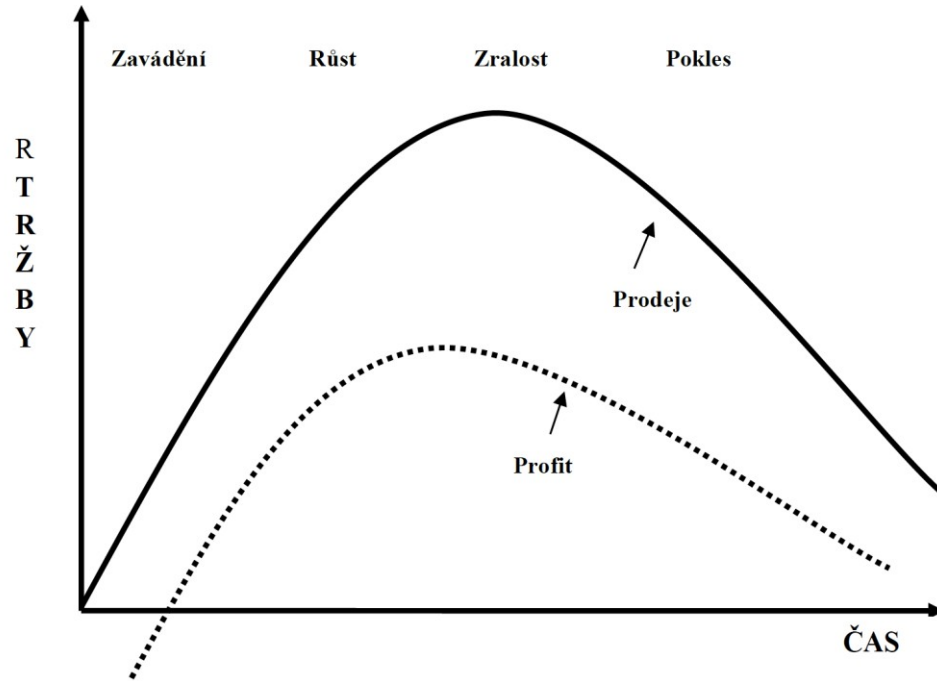




- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho je určena?



# 3 Životní cyklus produktů na mezinárodních trzích



- Charakteristika.
- Specifika v mezinárodním marketingu?
- Jak pracujeme se značkami na více trzích?

