



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

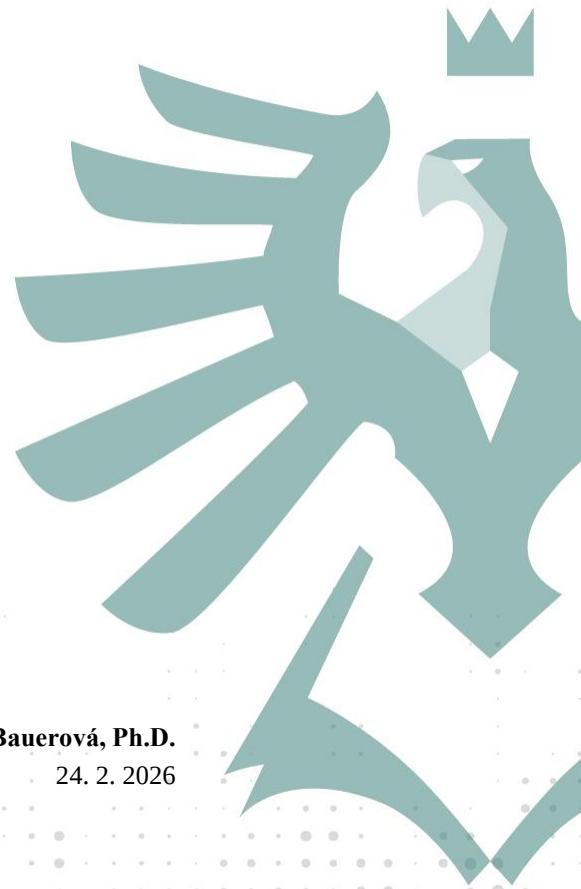
MEZINÁRODNÍ OBCHODNÍ OPERACE

Seminář č. 2

Ing. Radka BauEROVÁ, Ph.D.

24. 2. 2026

www.slu.cz/opf/cz



CÍLE SEMINÁŘE

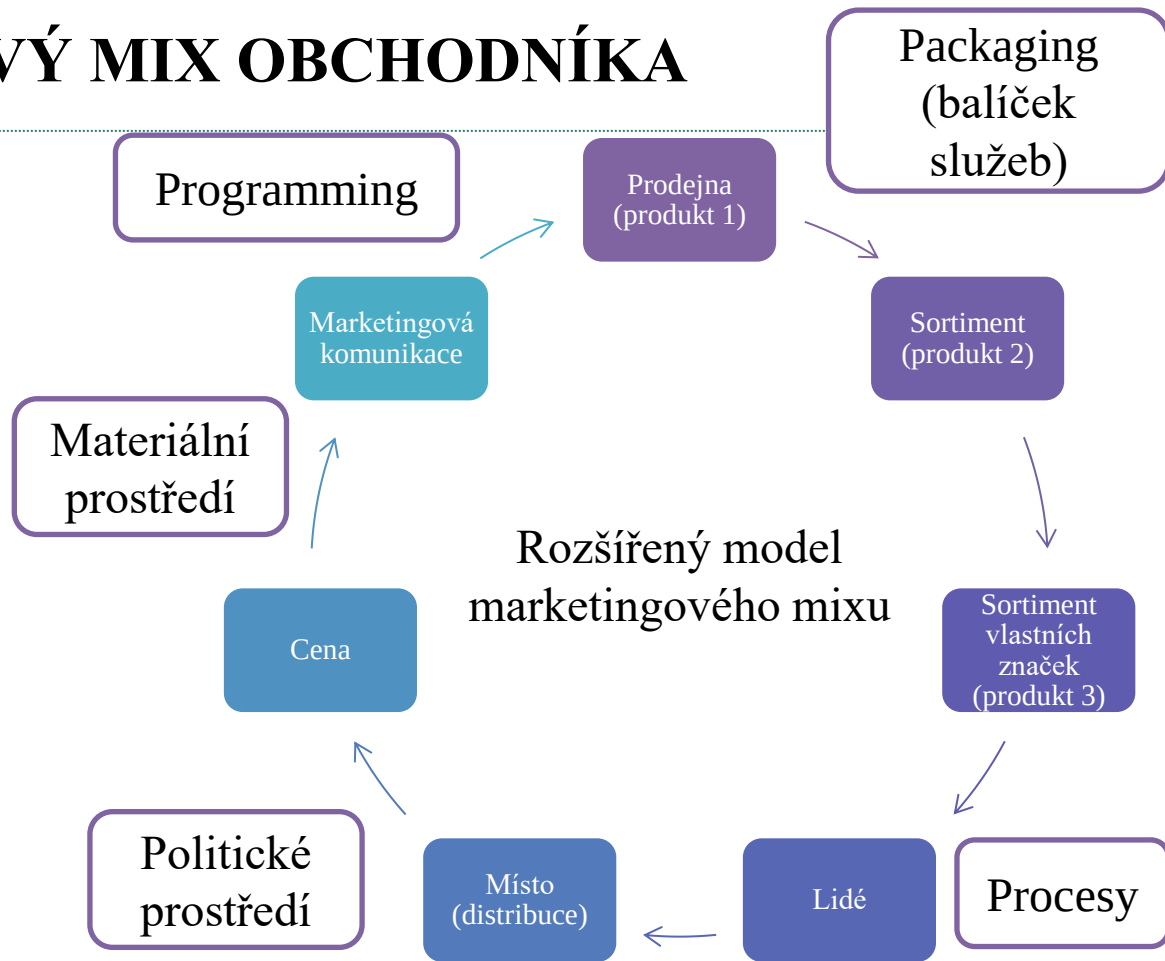
- Pochopení zařazení obchodních operací v rámci marketingového mixu
- **Aplikace marketingového mixu obchodníka na konkrétní případ**



MARKETINGOVÝ MIX OBCHODNÍKA

Jaké **další nástroje** lze k rozšířenému modelu marketingového mixu obchodníka přidat?

Do kterého nástroje/nástrojů můžeme zařadit **obchodní operace**?



MARKETINGOVÝ MIX OBCHODNÍKA – aplikace



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Rozdělte se do **týmů po 4 členech**
2. Rozhodněte, kdo z Vás bude v týmu v roli „**vyslance**“
3. Vyslanci obdrží tajný úkol, na jehož splnění budou mít **15 minut**.



MARKETINGOVÝ MIX OBCHODNÍKA – aplikace



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Na konkrétní případ aplikujte marketingový mix obchodníka
→ **Bufet OPF**

Zadání:

1. Pročtete si otázky k jednotlivým nástrojům marketingového mixu obchodníka a promyslete, na **které jste schopni odpovědět sami** (na základě znalosti o fungování bufetu, vlastním pozorováním nebo dohledání v rámci sekundárních zdrojů), co jste schopni popsat pouze v rámci **dotazování ve firmě** (zaměstnanci/majitelé) a co jste schopni **zodpovědět pouze na základě dotazování zákazníků** → **5 minut**
2. **Otázky, které jste schopni zodpovědět sami** vypracujte a pokuste se určit cílové zákazníky → **10 minut**
3. **Zpracujte informace od vyslance** → **5 minut**

**Za zpracování získáte
1 bod 😊**



Můžete použít následující značení – S – sami, DF – dotazování ve firmě, DZ – dotazování zákazníků

MARKETINGOVÝ MIX OBCHODNÍKA – aplikace

→ reakce na změnu situace

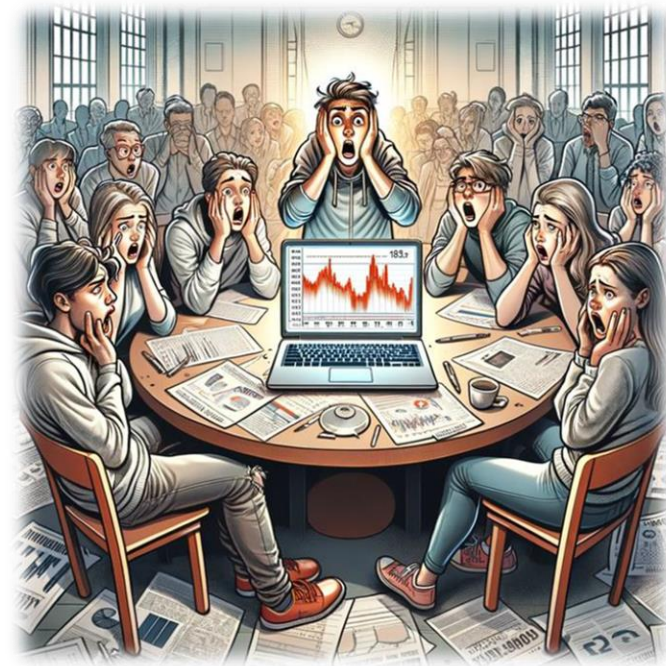


SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

V životě neustále čelíme různým změnám, stejně tak i obchodníci. Po hodu kostkou pracujte s přidělenou změnou → 5 minut

Číslo 1,2,3: Bylo rozhodnuto, že **provozní doba bufetu bude prodloužena o 2 hodiny**. Ovlivní tato situace ostatní nástroje marketingového mixu a jakým způsobem?

Číslo 4,5,6: Bylo rozhodnuto, že **sortiment bude rozšířen o produkty zdravé výživy**. Ovlivní tato situace ostatní nástroje marketingového mixu a jakým způsobem? Jaké obchodní operace se s touto změnou pojí?

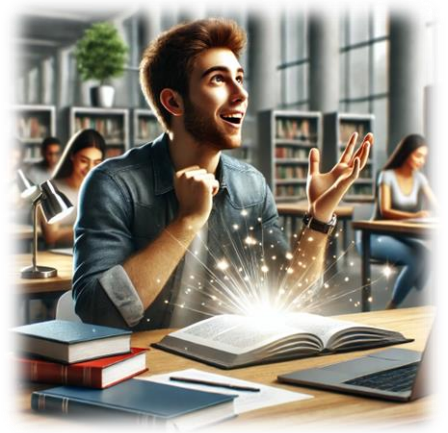


MARKETINGOVÝ MIX OBCHODNÍKA – diskuze k výsledkům zpracování → 10 minut



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Které z otázek jste byli schopni **vypracovat sami**, které jsou na **dotazování zaměstnanců/majitelů** a které jste schopni zodpovědět pouze v rámci **dotazování zákazníků**?
 2. Po příchodu vyslance zjistili jste, že jste **určili správně**, které otázky jsou cílené na zaměstnance/majitele?
 3. **Jaké pocity** jste měli, když jste zjistili, že **nastala změna** v rámci jednoho prvku marketingového mixu a bylo by potřeba k tomu případně adekvátně upravit ostatní prvky? **Článek věnující se tématu změny jako příležitosti pro růst k dispozici [zde](#).**
 4. Jaké jsou **cílové skupiny zákazníků** bufetu OPF a **odpovídá** současné nastavení marketingového mixu bufetu OPF uspokojování přání a potřeb těmito skupinám? Jaká **data** byste potřebovali pro zodpovězení této otázky?
-





**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



**DĚKUJI ZA
POZORNOST
MÁTE DOTAZY?**

www.slu.cz/opf/cz