



Cílem této seminární práce do předmětu Marketing je praktická aplikace teoretických znalostí na konkrétní případové studii. Pro úspěšné splnění úkolu je nutné vyplnit následující tabulku a odevzdat ve formátu .doc v odevzdávací v IS SU. Měřítkem kvality je vaše schopnost odlišit důležité od nepodstatného, dobrá znalost teoretických souvislostí, schopnost implementace nových myšlenek a také schopnost kriticky hodnotit informace. Maximální počet bodů z této seminární práce je 40 b.

Seminární práce se týká probrané látky z úvodního tutoriálu. V tom jsme si povídali o přínosech marketingové orientace podniku. Zároveň jsme také mluvili o vývoji marketingového mixu, který se v průběhu let přizpůsoboval aktuálním potřebám ekonomické reality. Postupnou transformaci 4P na 4C jsme si vysvětlili. Vaším úkolem bude připravit na konkrétních příkladech podniku, neziskové organizaci či státní instituci aplikaci těchto poznatků. Vyberete jeden z prvků marketingového mixu 4C případně 7P a ten detailněji popíšete. Z analýzy současného stavu pak za pomoci prostudovaných materiálů k předmětu navrhnete postup zlepšení dané oblasti mixu v podniku.

Cílem není kvantita, ale kvalita, a proto prosím dodržujte počty minimálního a maximálního počtu slov v jednotlivých částech seminární práce. Můžete aplikovat na vlastním podniku, ve kterém pracujete. Pokud si nejste jistí výběrem, kontakt na mě znáte. Termín odevzdání je 16. 12. 2022.

Název organizace:
Stručný popis činnosti (max 150 slov):
Stručný popis současného marketingového mixu (váš vlastní autorský text – minimum je 300 slov, maximum je 400 slov)
Zvolený prvek marketingového mixu a analýza jeho současného stavu (minimum je 300 slov, maximum je 400 slov)
Zvolený prvek:

Návrhy a doporučení pro prvek marketingového mixu včetně argumentů (minimum je 300 slov, maximum je 400 slov)