

# Analýza mikroprostředí a makroprostředí společnosti

2. seminář



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ**

**Ing. Ondřej Mikšík**

9.10.2023

# Obsah

---

- Warm-up
- Makroprostředí
- Mikroprostředí
- Praktický úkol





- **Co znamená zkratka „SWOT“ v marketingu?**
    - a) Silné stránky, slabé stránky, objektivní pohled, tržní segmentace
      - b) Síly, slabiny, příležitosti, hrozby
    - c) Segmentace, webový marketing, organizace, tržní výzkum
    - d) Strategie, webový design, outsourcing, technologie
-



- **Jaký je základní cíl marketingu?**
  - a) Maximální zisk pro firmy
  - b) Usnadnit prodejní oddělení
  - c) Spokojenost zákazníků
  - d) Zvýšit počet zaměstnanců



- **Co to je „marketingový mix“?**
    - a) Kombinace čtyř P: produktu, ceny, místa a marketingové komunikace
    - b) Skládka marketingových materiálů
    - c) Katalog produktů
    - d) Způsob, jakým se prodávají produkty
-



- **Co zahrnuje mikroprostředí firmy?**
  - a) Externí faktory ovlivňující firmu
  - b) Interní faktory, které může firma ovlivnit
    - c) Globální ekonomický stav
    - d) Neovlivnitelné okolnosti



- **Co je cílový trh v marketingu?**
    - a) Trh, kde jsou všechny produkty stejné
    - b) Skupina potenciálních zákazníků, na kterou je zaměřena marketingová strategie
    - c) Trh, na kterém firma prodává své produkty nejlevněji
    - d) Trh, kde firma dosahuje nejvyššího obrátu
-

- **Co je to segmentace trhu?**

- a) Rozdělení trhu na menší segmenty se stejnými potřebami a charakteristikami
  - b) Zahrnutí co nejvíce produktů do produktového portfolia
  - c) Používání tradičních marketingových metod
  - d) Vytváření reklamních spotů
-





- **Co označuje termín „marketingový výzkum“?**
    - a) Proces určení ceny produktu
    - b) Sběr a analýzu dat o trhu a spotřebitelích
    - c) Vývoj nového produktu
    - d) Strategii pro zvyšování zisku
-



- **Co zahrnuje makroprostředí organizace?**
    - a) Interní faktory organizace
    - b) Faktory mimo kontrolu organizace, jako je politika, ekonomika, sociální a technologické trendy
    - c) Konkurenční firmy
    - d) Akcie na burze
-



- **Co je to pozice značky (brand positioning) v marketingu?**
    - a) místo, kde se nachází centrála firmy
    - b) Způsob, jakým je prodáván produkt
    - c) Způsob, jakým je vnímána značka ve srovnání s konkurencí na trhu
    - d) Počet zaměstnanců pracujících na marketingu
-



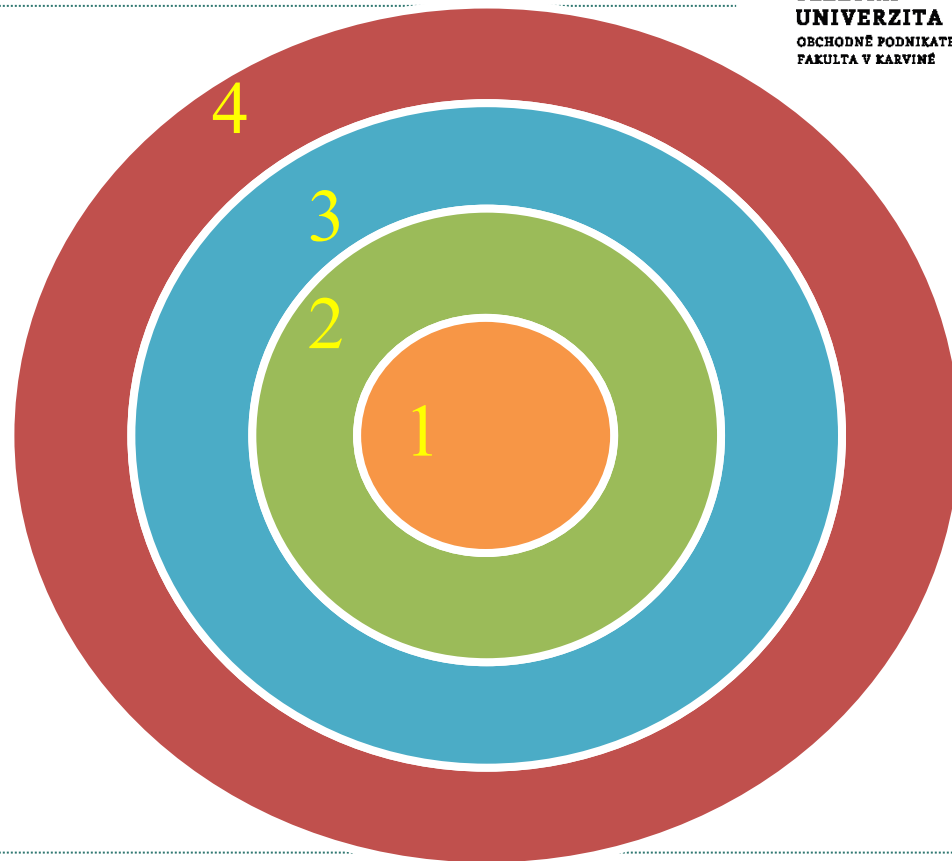
- **Co zahrnuje proces marketingového pánování?**
    - a) Pouze stanovení ceny produktu
    - b) Stanovení cílů, analýzy trhu, výběr cílové skupiny a vytvoření marketingových strategií a taktik
    - c) Organizaci firemních večírků a akcí
    - d) Výběr sloganu pro firmu
-

# Prostředí kolem podniku

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



Podnik - 1

Interní prostředí - 2

Mikroprostředí - 3

Makroprostředí - 4

---

- **PESTLE analýza**
  - **Z čeho se skládá?**
- 
- **PESTLE – Politické, Ekonomické, Socio-kulturní, Technologické, Legislativní, Ekologické**
-

- **3C analýza**
  - **Co zkoumá?**
- 
- **3C – Customers (zákazníci), Competition (konkurence), Collaborators (spolupracovníci)**
    - Collaborators – dodavatelé a odběratelé
-

- Sestavena na základě předchozích analýz makro a mikroprostředí
  - Upozorňuje na klíčové silné a slabé stránky organizace a také na příležitosti a hrozby, kterým firma čelí
  - **SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats**
-



	<b>Pozitivní</b>	<b>Negativní</b>
<b>Vnitřní</b>	<p><b>STRENGTHS</b></p> <p>Silné stránky</p> <p>V čem vaše firma vyniká? Jste na tom dobře z finančního hlediska?</p>	<p><b>WEAKNESSES</b></p> <p>Slabé stránky</p> <p>Máte všechny klíčové znalosti? Čelíte vnitřním problémům?</p>
<b>Vnější</b>	<p><b>OPPORTUNITIES</b></p> <p>Příležitosti</p> <p>Máte možnost obsadit nový segment? Lze využít růstu trhu?</p>	<p><b>THREATS</b></p> <p>Hrozby</p> <p>Roste vám konkurence? Je trh nasycen? Reguluje vláda vaše odvětví?</p>

---

# Praktický úkol za 3 body

---



- Zkušeni zaměstnanci
  - Nové stroje ve vlastní výrobě
    - Vysoká inflace
    - Dotace pro průmysl
  - Zvýšení kupní síly zákazníků
    - Vysoká cena energií
    - Spory mezi zaměstnanci
  - Příchod konkurentů ze zahraničí
    - Silně motivovaní manažeři
    - Snížení daní z příjmu
-

A young man with dark hair and glasses is shown in a classroom setting. He has a thoughtful expression, with his hand resting on his chin. The background is slightly blurred, showing other students. The text is overlaid in a bold, white, sans-serif font with a black outline.

**FINALLY CLASS IS  
OVER**

**NOW I CAN GO HOME AND  
STUDY**