

VZTAHOVÝ MARKETING A CRM

Rámcový harmonogram na ZS
akademického roku 2024/2025
Plán, 12.15-13.45
Struktura předmětu: 2+1

| Přednášky | Semináře |
|---|--|
| 1/26.9 Zrušena výuka | Zrušená výuka |
| 2/ 3.10. Úvod do studia Význam předmětu pro absolvovaný program Téma: <i>1. Marketing a jeho vývojové změny</i> | 2/Organizace předmětu Požadavky na absolvování předmětu Seznámení s projektem (semestrální práce) Rozdělení studentů do týmů |
| 3/ 10.10. Téma: <i>5. CRM jeho podstata, přínosy a bariéry</i> | 3/Marketing vztahů Krátký test pro zopakování vývojových změn v marketingu Cvičení orientované na model 6 trhů |
| 4/ 17.10. Téma: <i>6. CRM a hodnota v marketingu, loajalita zákazníků</i> | 4/Východiska CRM Identifikace cíle, přínosů a bariér CRM na konkrétních případových studiích |
| 5/ 24.10. Téma: <i>7. Strategická a analytická část CRM</i> | 5/Hodnota v marketingu a loajalita Cvičení orientované na hodnocení vlastností vybraných výrobků – pochopení odlišností ve vnímání hodnoty výrobku zákazníky Případové studie na loajalitu zákazníků |
| 6/ 31.10. Téma: <i>8. Operativní a kolaborativní část CRM, prvky CRM</i> | 6/Architektura CRM Strategická a analytická část – hodnocení jejich významu, diskuze. Přístupy. |
| 7/ 7.11. Téma: <i>9. Budování vztahu se zákazníkem</i> | 7/ Architektura CRM a jeho prvky Diskuze nad výhodami využívání CRM softwarů v rámci operativní a kolaborativní části CRM Představení systému HubSpot Tvorba účtu v CRM systému HubSpot, pozvání spolupracovníků do systému, naplnění systému kontakty Tvorba prodejního e-mailu (tvorba obsahu a designu + tvorba loga pomocí Canvy) |

| | |
|--|---|
| <p>8/ 14.11. Téma: 10. Budování hodnoty vztahu se zákazníkem</p> | <p>8/ Budování vztahu se zákazníkem Diskuze nad specifiky budování stabilního vztahu Cvičení orientované na řízení vztahu v jeho fázích Tvorba děkovacího e-mailu s prosbou o vyplnění krátkého průzkumu pro zjištění spokojenosti zákazníka (+ tvorba průzkumu pomocí Formuláře Google)</p> |
| <p>9/ 21.11. Téma: 11. Základní psychologické aspekty řízení vztahů se zákazníkem</p> | <p>9/ Budování hodnoty vztahu se zákazníkem Diskuze nad faktory působícími na budování vztahu Tvorba newsletteru pro podporu budování hodnoty vztahu se zákazníkem s využitím faktorů působících na budování vztahu</p> |
| <p>10/28.11. Téma: 2.-4. Interní marketing – Přednáška odborníka z praxe Ing. Vlastimila Kašparcová</p> | <p>10/ Seminář odborníka z praxe</p> |
| <p>11/5.12. Téma: 12. Základní přístupy k typologii zákazníků</p> | <p>11/ Psychologické aspekty CRM a základní přístupy k typologii zákazníků Představení analytických nástrojů v HubSpot Cvičení na určování archeotypů reálných značek a diskuze jejich využití v rámci CRM Případová studie na typologie zákazníků nakupujících potraviny online Cvičení zařazení zákazníků do správného typu dle probraných typologií</p> |
| <p>12 /12.12. Téma: Interní marketing a interní komunikace</p> | <p>12. Obhajoby seminárních prací – kolokvium Představení realizované e-mailové komunikace a zhodnocení její úspěšnosti</p> |
| <p>13/19.12</p> | <p>13/ Obhajoby seminárních prací – kolokvium Představení realizované e-mailové komunikace a zhodnocení její úspěšnosti</p> |

Halina Starzyczná
Radka Bauerová