

Seminární práce – B2B Marketing ZS 2024

Kombinovaní

Technické zadání SP:

- Seminární práci zpracuje jednotlivec nebo skupina maximálně 3 studentů.
- Studenti si vyberou konkrétní téma ze seznamu níže podle vlastního uvážení
- Odevzdání ve formátu word nebo pdf
- Název souboru Příjmení_Příjmení_Příjmení_ZS2024
- Za tým nahrávejte jen jeden finální soubor (v odevzdávací desce nesmí být duplikáty)
- Proběhne kontrola plagiátorství a AI – uvádějte zdroje!

Způsob zpracování:

Práce bude mít tři možné cíle (co chce tým/student dosáhnout) ze kterých autoři volí jeden nebo kombinaci:

- vytvořit přehled o daném tématu;
- implementovat oblast tématu do své vlastní praxe (plán nebo retrospektiva);
- porovnat přístupy firem/organizací v dané oblasti mezi zaměstnavateli členů týmu.

Struktura:

- **Úvod** (společné pro všechny cíle)
 - Popis tématu
 - Motivace k volbě tohoto tématu
- **Stat: variace podle cílů:**
 1. Vytvořit přehled o daném tématu
 - **Specifikace metodiky:**
 - Literární rešerše a analýza
 - **Hlavní část:**
 - Definice klíčových pojmů
 - Historický kontext
 - Kritická analýza literatury
 2. Implementovat oblast tématu do své vlastní praxe
 - **Specifikace metodiky:**
 - Návrh implementace / Případová studie
 - **Hlavní část:**
 - Teoretický rámec
 - Metodika implementace/případové studie
 - Výsledky a interpretace
 3. Porovnat přístupy v dané oblasti mezi členy týmu
 - **Specifikace metodiky:**
 - Srovnávací analýza
 - **Hlavní část:**
 - Teoretický rámec
 - Přístupy jednotlivých členů týmu
 - Analýza a interpretace rozdílů
- **Závěr** (společné pro všechny cíle)
 - Souhrn hlavních poznatků
 - Diskuze

Seminární práce – B2B Marketing ZS 2024

Kombinovaní

Témata seminární práce:

- Srovnání chování zákazníků na B2B a B2C trzích
- Emoce a rozum v marketingové komunikaci B2B značky
- Digitální komunikace se zákazníkem na B2B trhu
- Nástroje přesvědčování ve vyjednávání
- Využití CRM systému pro řízení vztahů se zákazníky
- Postavení marketingového a obchodního oddělení v organizaci
- Využití influencerů v B2B marketingu
- Email kampaně jako nástroj akvizice zákazníků na B2B trhu
- Vývoj nového produktu
- Cenová politika a cenové triky na B2B trhu

Rozsah a forma SP:

SP bude zpracována v písemné podobě

SP bude odevzdána prostřednictvím odevzdávacího systému IS SU nejpozději do 31.12.2024.

Rozsah – max. 6 stran, TNR 12, řádkování 1,5.

První strana opatřena logem fakulty, jménem studenta a názvem SP se nepočítá do rozsahu.

Naplánujte si dobře čas, rozdělte úkoly, pracujte po malých krůčcích ať nemáte zbytečný stres. Ve stresu se toho moc nového nenaučíme. Cílem není něco odevzdat ale něco se naučit.