

INOVACE předmětu Základy marketingu

Projekt *NEW Trends in Education of Sustainability Oriented Courses – NEWTEC*
(v rámci programu *Vzdělávání Fondů EHP 2014-2021*)

Martina Jelínková

Charakteristika změn

Na základě peer-learning aktivity I (Circular Economy and Value Creation) a peer-learning aktivity II (Economy and Society) byly do výuky promítnuty nové trendy v oblasti udržitelného a společensky odpovědného marketingového přístupu k trhu včetně Marketingu 5.0 zahrnujícího využívání moderních digitálních i dalších technologií.

Popis změn

Téma 1 Základní principy a pojmy v marketingu - byl vyzdvižen význam udržitelnosti a společenské odpovědnosti v marketingu a doplněn výklad o pojmy „zelený marketing“, „udržitelný marketing“ a „digitální marketing“.

Téma 2 Hodnota pro zákazníka - v rámci nehmotných složek hodnoty pro zákazníka byla rozšířena dimenze pozitivní reputace firmy v oblasti aktivit její společenské odpovědnosti.

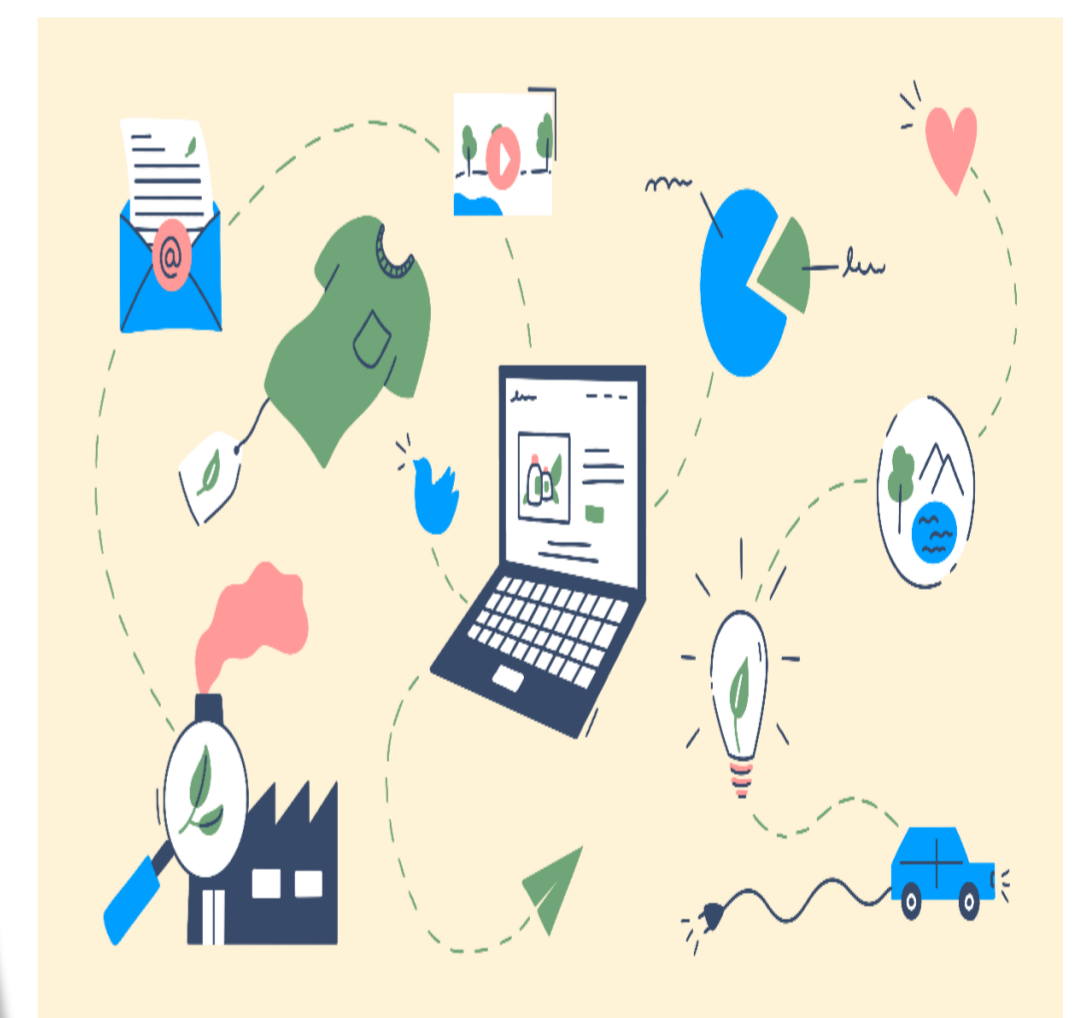
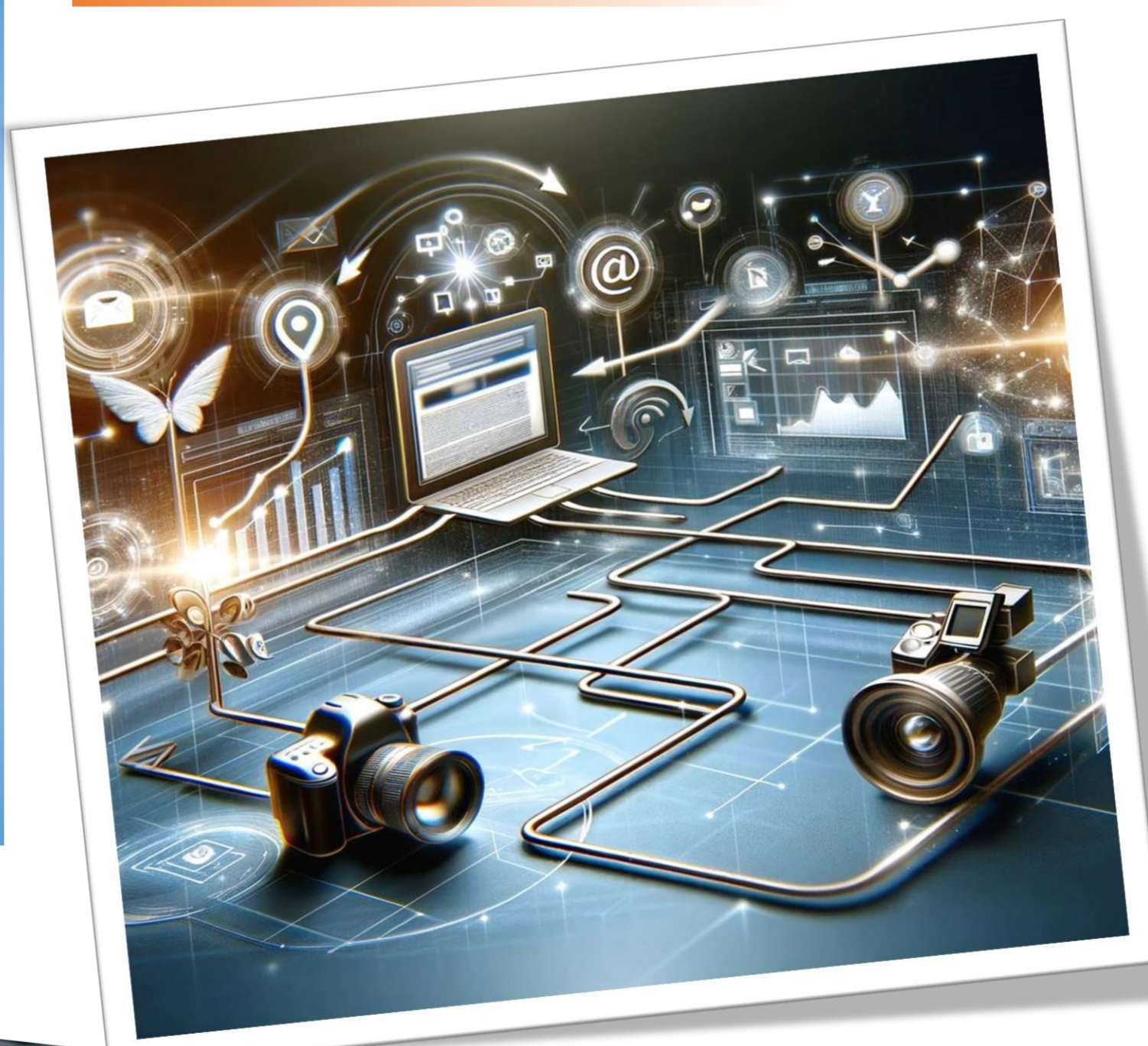


Téma 3 SWOT analýza - na přednášce i semináři byly představeny a diskutovány konkrétní příklady výstupů SWOT analýzy odrážející aktuální trendy v marketingovém makroprostředí – např. rozšířená a virtuální realita, digitalizace, robotika apod.

Témata 4 – 6 Nákupní a spotřební chování zákazníků - byly rozpracovány nové trendy v nákupním a spotřebním chování zákazníků respektující celospolečenský i technologický vývoj – např. zážitkový marketing, spoluvytváření hodnoty se zákazníkem, personalizace, vztahový marketing aj.

Téma 7 Segmentace trhu - výčet segmentačních proměnných byl doplněn o dimenzi vnímání důležitosti aktivit společenské odpovědnosti nakupovaných značek zákazníky. V rámci seminářů byla rozšířena diskuse o důležitosti a praktickém využití této dimenze pro segmentaci zákazníků na spotřebním i průmyslovém trhu.

Téma 8 Positioning - Byly doplněny konkrétní příklady positioningu značek založeného na jedinečnosti v rámci principů udržitelného rozvoje a společenské odpovědnosti.



Téma 9 Produkt a produktová politika - byl rozveden pojem „udržitelný produkt“ a rozšířena problematika udržitelnosti obalů.

Téma 10 Cena a cenová politika - byl doplněn aspekt udržitelnosti při rozhodování o ceně.

Téma 12 Marketingová komunikace - byl rozšířen výklad o moderních formách digitální marketingové komunikace včetně mobilního marketingu, influencer marketingu, virálního marketingu, buzz marketingu apod.

Všechna nová témata byla promítnuta do zkouškových otázek.

