

Projekt Smart logistik - moderní výuka logistiky, registrační číslo projektu CZ.1.07/1.5.00/34.0110
 Příjemce: Střední odborná škola logistická a střední odborné učiliště Dalovice, Hlavní 114, 362 63 Dalovice

Autor materiálu: Ing. Pecháčková
 Název materiálu: VY_32_INOVACE_06.01_PM_Marketingové prostředí
 Ročník: 3.
 Vzdělávací oblast / téma: Projektový marketing a management, marketingové prostředí
 Datum (období) tvorby: 5. 9. 2012
 Anotace: materiál je určen žákům 3. roč. - k jejich motivaci pro výuku projektového marketingu. Žáci na schématu na IT zařadí jednotlivé prvky do správného typu prostředí. Dále rozřídí prvky vnitřního prostředí.

Materiál je určen k bezplatnému používání pro potřeby výuky a vzdělávání na všech typech škol a školských zařízení. Jakékoliv další používání podléhá autorskému zákonu.

Tento výukový materiál vznikl v rámci Operačního programu Vzdělání pro konkurenceschopnost.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Úvodní stránka

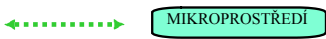
Klíčová slova

prostředí trhu, vnitropodnikový potenciál, zákazník, obchodní partneři, firma

VI 12-21:49

MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ

Všechny firmy se vyskytují a podnikají v nějakém prostředí.
 Navazují kontakty s okolím, vytvářejí se vzájemné vazby.
 Firmy mezi sebou soutěží - konkurují si, také však spolu obchodují.
 Firmy své výrobky a služby prodávají různým zákazníkům.



9 14-14:35

MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ


Firmy ovlivňují své okolí.
 Okolí působí na firmu, ovlivňuje výsledek jejího hospodaření.
 Rozvoj firmy je dán vytvořenými podmínkami v okolí.



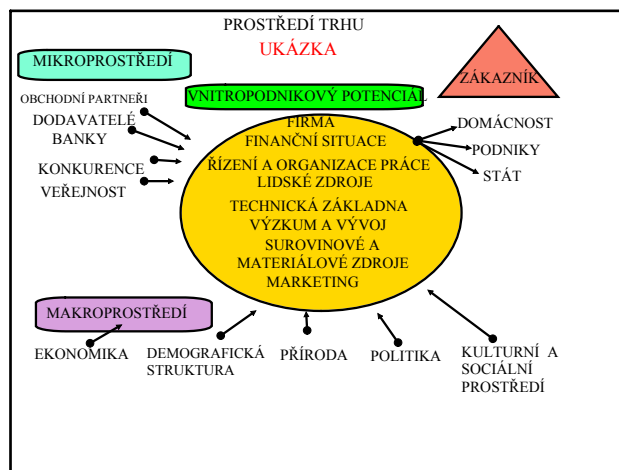
9 14-14:35

MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ

Důležitým předpokladem úspěchu firmy v hospodářské soutěži je i kvalita prostředí uvnitř firmy.



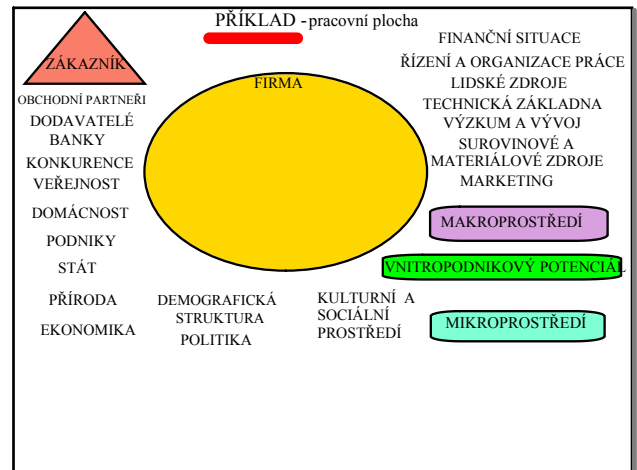
9 14-14:35



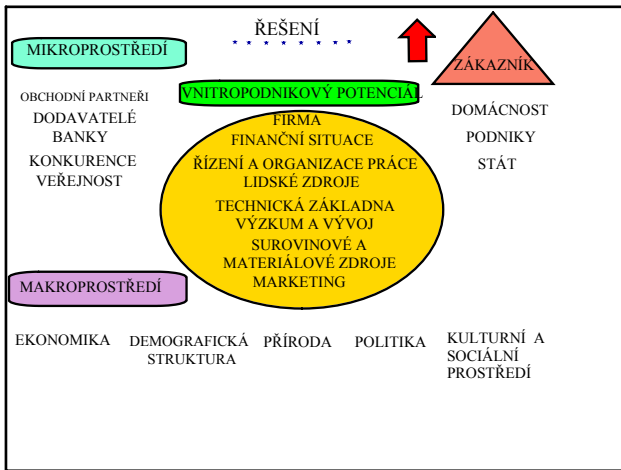
IX 25-19:07

ÚKOL:
Srovnajte schéma.
Zařad'te:
vnitřní prostředí firmy, zřkaznřka, mikroprostředř a makroprostředř

IX 26-8:48



IX 25-19:07



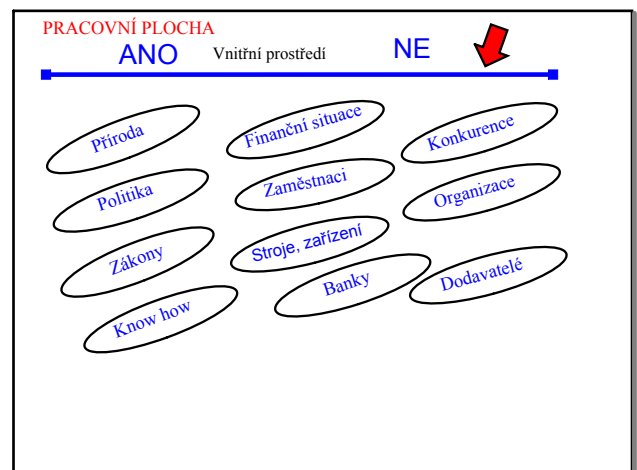
IX 25-19:07

- Vřznamně prvky vnitřpodnikovĚho potenciálu
- Finanční situace a schopnosti lidí
 - Technologická základna produkce a odbytu
 - Zdroje vĚdecko-vřzkumnĚ a vřvojovĚ
 - SurovinovĚ a materiálovĚ zdroje
 - Zdroje lidskĚ
 - Űroveň řřzení a organizace práce, schopnost vytvřřet pozitivnř vřztahy uvnřř i navenek
 - Marketingovř potenciál

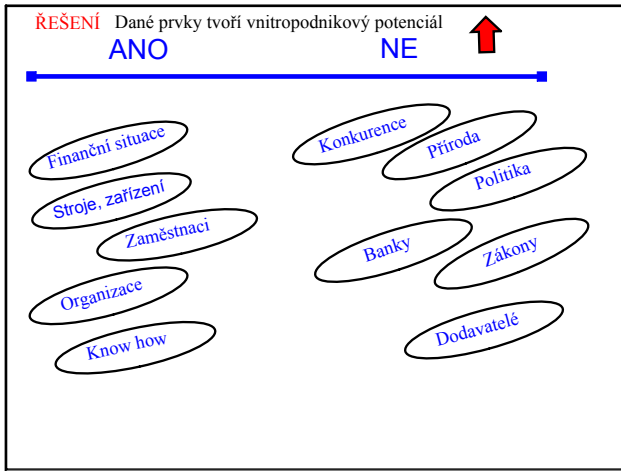
IX 27-20:10

ÚKOL:
SprávnĚ zařad'te jednotlivĚ prvky vnitřpodnikovĚho potenciálu do dvou skupin: ANO NE

IX 28-9:44



IX 27-20:23



IX 27-20:23

Seznam použité literatury a pramenů:

ŠVARCOVÁ, JenaEKONOMIE stručný přehled teorie a praxe aktuální a v souvislostech. Zlín. CEED 2008. ISBN 978-80-903433-7-5

Objekty, použité k vytvoření sešitu, jsou součástí SW Smart Notebook 11 - licence SOŠ logistická a SOU Dalovice, nebo pocházejí z veřejných knihoven obrázků (public domain) nebo jsou vlastní originální tvorbou autora.

Autor:
Ing. Pecháčková Dagmar
SOŠL a SOU Dalovice
pechackova@logistickaskola.cz
září 2012

Závěrečná stránka

KONEC

IX 28-11:14