

PRACOVNÍ LIST – Projektový marketing - pro zpracování úlohy:

MARKETINGOVÝ PLÁN FIRMY

– 1. část – popis vnitřního a vnějšího prostředí firmy

ÚKOL:

Vypracujte písemně 1. část marketingového plánu u své fiktivní firmy podle jednotlivých předepsaných částí. Dodržujte značení kapitol. Práci zpracujte podle standardu ročníkové práce. Při zpracování využijte znalostí z odborných předmětů.

Klíčová slova:

Organizační schéma, rozvaha, peněžní tok, návratnost investic, mzdové náklady, infrastruktura, podniková kultura, mobbing, hodnotový žebříček, situační analýza, zákony nabídky a poptávky, zákony o hospodářské soutěži, nekalá soutěž, segmentace trhu, marketingové koncepce, potřeby, marketingové nástroje – marketingový mix, public relations, tiskový mluvčí, životní prostředí, důchodový efekt, restriktivní a expanzivní politika, lobby, demokratická struktura.

Kapitola 1 - PŘEDSTAVENÍ VLASTNÍ FIRMY

Název firmy – Název právnické osoby, pod kterým firma vystupuje a je zapsána v obchodním rejstříku, uvést právní formu.

Adresa firmy – celá adresa

Předmět podnikání

- obor LSF si zvolí ubytovací služby a další služby, které může poskytovat penzion, hotel apod.
- obor PED si může navíc vybrat služby související s logistikou, přepravou.

Umístění firmy – popsat areál (sídlo), popsat, kde se firma nachází, její nejbližší okolí a jaké výhody a nevýhody z toho vyplývají.

Logo a slogan – vymyslet vhodné logo a přitažlivý, snadno zapamatovatelný slogan, který osloví zákazníka.

Snažte se vyzvednout svou firmu. Zdůrazněte její konkurenční výhodu. Do práce přidejte i obrazové ukázky, schémata, mapy, ceník atd.

Kapitola 2. – POPIS VNITŘNÍHO PROSTŘEDÍ FIRMY – rozbor vnitřních sil firmy

Rozdělte firmu na jednotlivá hospodářská střediska: např. ubytování, restaurace, bar, sportovní areál apod. V práci vyhodnocujte jednotlivé ukazatele s ohledem na hospodářská střediska.

2.1. Úroveň řízení a organizace práce

Organizační struktura firmy a pracovní náplň pracovníků - *organizační schéma*

Vytvořte schéma tak, aby byl patrný vztah nadřízenosti a podřízenosti.

K jednotlivým pracovním pozicím popište stručně kompetence, pravomoci a odpovědnost.

2.2. Finanční situace firmy

Podnik musí zabezpečit dostatek finančních prostředků pro zajištění plynulého chodu.

Uveďte možnosti příjmů plynoucích z různých činností firmy.

Uveďte druhy výdajů firmy (na nákup výrobních prostředků, služeb, mzdy, splátky úvěru ...)

2.2.1. Rozvaha

Sestavte **rozvahu** dle členění na aktiva a pasiva, dlouhodobý a oběžná majetek, vlastní a cizí zdroje v korunách.

2.2.2. Tvorba zisku

Sestavte výsledovku. Porovnejte náklady a výnosy v členění provozní, běžné a mimořádné náklady a výnosy. Napište komentář, které činnosti jsou pro vás ziskové a které ztrátové. Vyhodnoťte vlivy na tvorbu zisku. Zhodnoťte, zda vytvořený zisk stačí na rozvoj firmy.

2.2.3. Úvěry

Uvedte, jaký druh úvěru máte, v jaké výši, s jakou dobou splatnosti, jaká je výše splátek a účel úvěru, bankovní ústav. Uvedte, o jaký úvěr a si zažádáte, důvod úvěru, banku atd.

2.2.4. Platební schopnost firmy – peněžní tok

Sestavte Plán **peněžního toku** (6-12 měsíců). Vyhodnoťte platební situaci firmy. Zda má vždy dostatek finančních prostředků na pokrytí svých závazků, na investice a úspory. V jakém objemu a v jaké době finanční prostředky nejvíce potřebujete anebo je máte k dispozici. Jak je firma likvidní.

Zodpovězte otázky:

- máte dostatek peněz?
- máte je včas?
- na jaký účel je vynakládáte
- jejich kladný tok

2. 2.5. Návratnost investic – uveďte nejdůležitější investice, současné a plánované.

Vypočtete **návratnost** alespoň u té nejdůležitější. Uvedte, co investice firmě přinese: zisk, lepší služby, lepší pracovní prostředí, úspora zaměstnanců nebo ekologické přínosy apod. Zhodnoťte její přínos.

2.2.6. Mzdové náklady

Sestavte přehled **mzdových nákladů** včetně pojistného.

2.3. Technická a technologická základna

Popište současný stav i plán. Popište zařízení, vybavení pokojů, vybavení sportovních zařízení, restaurace, kuchyně apod. Zhodnoťte, na jaké úrovni máte zařízení, co budete vylepšovat, kde budete šetřit. Vyhodnoťte, zda zařízení plně využíváte, zda vám zvyšuje produktivitu práce. Zda máte kvalitní vyškolenou obsluhu a zajištěný servis.

2.4. Vývojový potenciál

Uvedte, co je hnací silou prosperity vaší firmy. Co vám pomůže obstát v konkurenčním boji, v čem jste lepší než konkurence. Jaké máte know-how. Jaké máte poradce, s kým problémy konzultujete. Jaká je vaše ochota inovovat a modernizovat chod firmy. Jak využíváte nové technologie – internet apod.

2.5. Surovinové a materiálové zdroje

Uvedte, jaké suroviny využíváte. Zda využíváte lokální zdroje, zda dokáže využít různé slevy a bonusy. Jak využíváte volné statky ve vašem okolí. (příroda, *infrastruktura*).

2.6. Zdroje lidské

Zhodnotte:

- jak se vám daří vytvářet dobré pracovní vztahy
- na jakých základech stavíte dobrou *podnikovou kulturu*
- jak předcházíte *mobbingu*
- jak motivujete své zaměstnance
- jaký *hodnotový žebříček* budujete se svými zaměstnanci
- zda znají zaměstnanci své pracovní náplně a zda jsou vzájemně zastupitelní
- zda mají patřičnou kvalifikaci
- zda mají možnost zvýšení kvalifikace
- jak získáváte vhodné zaměstnance
- jaký máte poměr sezónních pracovníků ke stálým pracovníkům
- využíváte zahraniční pracovníky a kde
- máte brigádníky ze strany studentů, spolupracujete s nějakou školou nebo s učilištěm

2. 7. Marketingový potenciál

uvedte:

- zda uplatňujete marketing ve všech činnostech firmy
- zda provádíte pravidelný audit svých činností

- zda provádíte pravidelně **situační analýzu**
- zda využíváte příležitosti
- jak se vyrovnáváte s nepřízní a jak eliminujete hrozby

Kapitola 3. VNĚJŠÍ PROSTŘEDÍ - MIKROPROSTŘEDÍ

3.1. Partneři spolupracující

Jejich výběr ovlivňuje aktivity firmy, zejména je důležitá jejich spolehlivost.

- Popište své partnery, s kým spolupracujete (dodavatelé, distributoři, účetní a marketingové firmy, školy, zdravotní zařízení atd.)
- Jaké zkušenosti ze spolupráce máte
- Jak ovlivňují vaši činnost,
- Jak jsou spolehliví
- Podle čeho děláte výběr svých partnerů

3.2. Finanční instituce

Popište:

- Které využíváte (banky, pojišťovny)
- Na základě čeho si je vybíráte
- Jak jste spokojeni
- Za jakých podmínek spolupracujete
- Jejich výhody, nevýhody, doporučení

3.3. Konkurence – hospodářská soutěž

Podnikový marketing musí neustále sledovat chování, tj. - strategii své konkurence.

Firma, zákazník i konkurence se setkávají na trhu a navzájem se ovlivňují. Na trhu se uplatňuje tržní mechanismus a hospodářská soutěž. - uveďte jak ovlivňuje vaše podnikání .

Podnikatel musí ovládat **zákony nabídky a poptávky**. - aplikujte na vaši firmu.

Podnikatel musí vést konkurenční boj tak, aby svých chováním neporušil **zákony o hospodářské soutěži** a nedopustil se **nekalé soutěže**. Uveďte právní normy a příklady porušení těchto právních norem, které by se mohly týkat vašeho podnikání.

3.4. Zákazník

Je cílem podnikání. Jeho volba záleží na předmětu podnikání. Může jím být obyvatelstvo, právnické osoby - firmy a stát. Popište svého zákazníka. **Segmentujte trh** a vyberte určitý segment a svou volbu zdůvodněte.

Můžu využívat různé **marketingové koncepce**. Popište jejich konkrétní aplikaci.

Nejdůležitější je vycházet při svém podnikání z poznání potřeb zákazníka, analyzování jeho **potřeb**. Uveďte příklady potřeb, které vaše firma může uspokojovat u konkrétních zákazníků. Zda nastává konečná spotřeba či výrobní spotřeba.

Musíme volit správné **marketingové nástroje – marketingový mix** při jeho ovlivňování zákazníka a předvídat budoucí vývoj potřeb zákazníka. Své poznatky musíme neustále aplikovat v řízení své firmy.

3.5. Vliv veřejnosti

Firmy ovlivňují své nejbližší okolí – uveďte příklad.

Na firmu působí různé zájmové skupiny, ekologická hnutí.

O firmě se vyjadřují sdělovací prostředky.

Zákazníci jsou součástí veřejnosti, která může v krajním případě i bojkotovat služby firmy. Proto má firma zájem o vytvoření pozitivního vztahu - **public relations** s veřejností a volí různé prostředky.

Firmy mívají své **tiskové mluvčí**, kteří poskytují potřebné informace veřejnosti o firmě a vytváří požadovaný obraz o firmě. Uveďte, jak tuto záležitost ve firmě řešíte.

Kapitola 4. VNĚJŠÍ PROSTŘEDÍ - MAKROPROSTŘEDÍ

4.1. Technické faktory

Uveďte:

- jak se mění vaše podnikání pod vlivem informačních technologií

- Jak se mění vaše podnikání pod vlivem nové techniky?
- Jak nakládáte s odpady a s odpadní vodou. Znečišťujete životní prostředí?

4.2. Ekologické faktory a přírodní prostředí

Vysvětlete:

- Nachází se vaše firma v CHKO nebo se nachází blízko: Jaký vliv to má na vaše podnikání?
- Jaký vliv mají přírodní podmínky v daném regionu?
- Jak nakládáte s odpady a s odpadní vodou. Znečišťujete **životní prostředí**?
- Jak ovlivňují vaše podnikání klimatické vlivy v daném regionu?
- Dbáte na úsporu energií a jak?

4.3. Ekonomické faktory

- Jak ovlivňuje prosperita regionu, ČR, EU a světové ekonomiky vaše podnikání?
- Jaký vliv na tvé podnikání mají fáze hospodářského cyklu?
- Jaký vliv na tvé podnikání má růst úrokové míry a inflace?
- Jaký vliv na tvé podnikání má výše průměrných mezd a kupní síla obyvatel?
- Jak se projevuje **důchodový efekt**?
- Jak budeš dělit zákazníky podle příjmu a jak toto dělení využiješ pro plánování?
- Jaký vliv na tvé podnikání má ochota obyvatel a firem vynakládat peníze?
- Jaký vliv na tvé podnikání má ochota obyvatel a firem peníze střídat?
- Jaký vliv na tvé podnikání má ochota obyvatel a firem půjčovat si peníze?
- Zapracuj další ekonomické faktory (**restriktivní politika** státu a ČNB)

4.4. Politické faktory

- Jaký vliv na tvé podnikání budou mít zákony. Které jsou pro tebe důležité?
- Můžou **lobby** ovlivnit tvé podnikání. Které?
- Může hrozba terorismu a bezpečnosti ovlivnit tvé podnikání? Jak?

4.5. Sociální, kulturní a demografické faktory

- Jaký vliv na tvé podnikání má vývoj **demografické struktury** obyvatel?
- Jak se projeví odlišnost zákazníka podle pohlaví, věku, stavu, zaměstnání a pod.?
- Jak se projeví odlišnost zákazníka podle životního stylu, společenského postavení a příjmu?
- Jak se projeví odlišnost zákazníka podle tradic a jak se tradice mění?
- Jak se projevují nové tradice?
- Jak se projeví snaha zákazníků o zdravý životní styl?
- Jaký vliv má volný čas zákazníka. Která skupina jej má nejvíce k dispozici a proč toho nevyužije?

KONEC