



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

1. Marketingový výzkum - vybraná problematika

- interní a externí výzkum - zásady, výhody a nevýhody;
- kroky a fáze výzkumu - výzkumný problém, cíle výzkumu, interpretace a prezentace výsledků - doporučení pro praxi;
- primární a sekundární výzkum - charakteristika;
- metody dotazování, příklady dotazníků;
- specifika marketingového výzkumu na zahraničních trzích, metody vstupu na zahraniční trhy;

2. Marketingový plán - příprava, struktura, implementace

- postavení a význam marketingového plánu v podnikovém plánování;
- vybrané marketingové analýzy pro přípravu plánu;
- metody prognózování vývoje poptávky a prodeje;
- struktura marketingového plánu;
- problematika implementace plánu do podnikové praxe;
- příklady firemních marketingových plánů;