

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Jméno autora: Mgr. Mária Filipová
Datum vytvoření: 26. 05. 2013
Číslo DUMu: VY_32_INOVACE_16_AJ_EP
Ročník: 1. – 4. ročník
Vzdělávací oblast: Jazyk a jazyková komunikace
Vzdělávací obor: Anglický jazyk
Tematický okruh: odborná slovní zásoba pro studenty ekonomických oborů
(Ekonomika a podnikání, Obchodník, Podnikání)
Klíčová slova: marketing, zákazník, požadavky, průzkum trhu, mezera na trhu

Metodický list/anotace:

Materiál slouží k seznámení se základní odbornou slovní zásobou pro studenty ekonomických oborů. Jedná se zejména o termíny z oblasti ekonomie.

Studenti odhadují na základě svých znalostí význam slov. V případě potřeby pracují se slovníkem.

Marketing - introduction

Market

- marketing is about responding to consumers' needs
- a market is any place where buyers and sellers meet to trade products
- markets are dynamic, they are always changing

Market research

- marketing is about identifying and satisfying customer needs
- market research involves gathering data about customers, competitors and market trends
- the first step for a new product is to attract *trial purchases*
- *primary research* (field research) involves gathering new data
- secondary research (desk research) involves gathering existing data, researching the internet, newspapers and company reports

Targeted marketing

- for example, a music studio can target a song at one group of customers of similar age, gender, class
- a *market map* shows all the products in the market using two key features – quality and price
- ***a gap in the market*** is a business opportunity

Remember

- a competitive market has many businesses trying to get the customers
- competition can help improve these factors:
 - price
 - product range
 - customer service

Literatura

- Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2013 [cit. 2013-06-06]. Dostupné z:http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page
- JURASZKOVÁ ING, Marcela. Podniková ekonomika I: Učební texty pro 1. ročník. Střední škola obchodu, služeb a podnikání a Vyšší odborná škola, 2012.
- PHILLIPS, Janet a kol. Oxford studijní slovník. Oxford: Oxford University Press, 2010, ISBN 978019 430655 3.