

„Strategické plánování a řízení obcí = cesta k úspěšnému rozvoji místa a regionu“

Modul

Marketingové řízení obcí

Autor

PhDr. Ladislav Čepička

**Zaměření
a cíle**

Cílem vzdělávacího programu je seznámit cílovou skupinu s hlavními principy marketingu obecně, specificky s principy marketingu v obcích, se současnými teoretickými poznatky, zdroji informací a praktickými dovednostními doporučeními ověřenými praxí, využitelnými v profesní činnosti členů cílové skupiny. V podmínkách Evropské unie, projektových aktivit obcí a nutnosti ekonomicky řídit obec jako podmínky její prosperity si klade za cíl přispět k myšlení a jednání účastníků vzdělávacího programu ve smyslu uplatňování moderních marketingových přístupů a metod v praxi řízení obcí.



Témata	Stručná charakteristika obsahu tématu
Marketingové řízení obcí	<ul style="list-style-type: none"> • Marketingový proces v řízení obcí • Analýza marketingového prostředí, trhů organizací • Projektování marketingových strategií rozvoje obcí • Druhy marketingu, možnosti realizace v obcích
1. Marketingový proces	<ul style="list-style-type: none"> • Situační analýza, SWOT analýza, analýza portfolia, model BCG - možnost využití v řízení obcí • Marketingové cíle a strategie • Marketingový mix, marketingové nástroje
2. Analýza marketingového prostředí, trhů organizací	<ul style="list-style-type: none"> • Analýza mikroprostředí, makroprostředí, spotřebního trhu a spotřebního chování, postavení obcí v tomto procesu • Analýza trhů organizací <ul style="list-style-type: none"> - analýza průmyslového trhu - analýza obchodního trhu - analýza státního trhu - poznávání konkurence jako nezbytná marketingová aktivita • Výzkum a výběr cílových trhů
3. Projektování marketingových strategií	<ul style="list-style-type: none"> • Rozhodující činitelé spotřební přidané hodnoty • Identifikace potenciálních konkurenčních výhod • Odlišení produktu, služeb, image • Strategie umísťování výrobků a služeb na trhu • Vývoj a zavádění nových produktů, vývoj marketingové strategie pro úspěšný rozvoj obcí
4. Druhy marketingu	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing na internetu - služby internetu v marketingu, možnosti využití cíle marketingové komunikace na internetu • Politický marketing - průzkum voličů, základní postoje voličů, politická komunikace, realizace a strategie • Marketing služeb - tržní nabídka služeb, specifické charakteristiky služeb, vlastní poskytování služby

Vzdělávací program akreditovaný Ministerstvem vnitra České republiky pod č. AK/PV - 93/2008.