

Základy marketingu pro cestovní ruch. Základy ekonomie pro cestovní ruch

1 Marketing a marketingová koncepce

Po této kapitole budete umět charakterizovat vztah tržního hospodářství a marketingu. Rozeznáte marketingově orientované řízení podniku. Budete umět vysvětlit marketingové koncepci a hierarchii potřeb. Dokážete identifikovat nabídku a poptávku v cestovním ruchu. Budete umět vysvětlit co je ekonomický systém společnosti a dokážete rozlišit jednotlivé ekonomiky. Budete umět formulovat co je trh a rozlišíte jednotlivé formy trhu.



Časová zátěž

- 4 až 5 hodin



1.1 Tržní hospodářství a marketing

Trh funguje na základě nabídky a poptávky. Nabídku většinou představují podnikatelé, tj. výrobci a prodejci, poptávku naopak kupující. Nástrojem podnikatelského řízení se stal marketing.

Trh

Marketing je společenský manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot (Jakubíková, 2009).

Marketing

Oficiální definice marketingu přijatá Americkou marketingovou asociací na konci roku 2004 zní:

Marketing je jednou z činností vykonávaných organizacemi a sadou procesů pro vytváření, sdělení a poskytnutí hodnoty zákazníkům a pro řízení vztahů se zákazníky takovým způsobem, z něhož má prospěch organizace a zájmové skupiny s ní spojené.

V současné době se za nejlepší řízení podniku považuje marketingově orientované. Jde o porozumění trhu, podporu zákazníka, tvorbu produktů, inovace, budování značky atd. Úspěch marketingu spočívá ve schopnosti propojovat vnější a vnitřní prostředí firmy, trh a firmu, akcionáře a zákazníky, kreativitu a analytické dovednosti, sliby a realitu.

Marketing je všeobecně chápán hlavně ze tří pohledů a to jako: marketingová **kultura**, marketingová **strategie** a marketingová **taktika**

3 pohledy
na marketing