Úkoly k předmětu Sociální marketing – prezenční studium

Vytvořte prezentaci nebo dokument na zadané téma, které se vztahuje ke každému tématu a vložte jej do moodlu vždy k příslušnému tématu. Předpokládá se, že prezentace nebo dokumenty na daná témata vzniknou v malých 4-5ti členných týmech a svým rozsahem by neměly být delší než zhruba 10minutové představení. Na každém semináři budou 2-3 takto zpracovaná témata studenty prezentována a následně společně diskutována.

1. **Zaměření: Marketingový mix – 4P.** *Definice Product: Produkt označuje nejen samotný výrobek nebo službu, ale také sortiment, kvalitu, design, obal, image výrobce, značku, záruky, služby a další faktory, které z pohledu spotřebitele rozhodují o tom, jak produkt uspokojí jeho očekávání.*

**Úkol**: ukažte rozdíl „produktu“ z pohledu komerční firmy a neziskové organizace.

1. **Zaměření: SWOT analýza (Analýza externího prostředí – příležitosti a hrozby a Analýza interního prostředí – silných a slabých stránek**

**Úkol**: vytvořte SWOT analýzu, ve které zanalyzujete vybranou situaci, produkt, firmu nebo organizaci, která je vám blízká. Může jít jak o vaše osobní záležitosti, tak o záležitosti z neziskového sektoru.

1. **Zaměření: Analýza makroprostředí. Úspěšné společnosti si uvědomují nenaplněné potřeby a trendy a vydělávají na nich. Přechodná móda, trendy a megatrendy**.

**Úkol:** Napište, jaké jsou přechodné módy, trendy a megatrendy z oblasti neziskového sektoru, můžete se zaměřit i na užší vymezení zadání v rámci konkrétní oblasti neziskového sektoru.

1. **Zaměření: Marketingový výzkum; tvorba dotazníků.**

**Úkol**: Definujte problému a cíl výzkumu a vytvořte dotazník o cca 10 otázkách, ve kterých se pokusíte položit otázky tak, abyste cíl výzkumu naplnili. Zaměřte se na zjišťování v rámci neziskového sektoru.

1. **Zaměření: Vytváření hodnoty pro zákazníka, jejich spokojenost a věrnost**.

**Úkol**: Napište, jak docílit spokojenosti zákazníka, jak řídit vztah se zákazníky=klienty, jak vytvořit „hodnotu“ pro zákazníka tak, aby zůstal společnosti věrný v rámci vámi zvolené oblasti neziskového sektoru u vybrané neziskové organizace.

1. **Zaměření: Analýza B2B trhů – Nákup a prodej uceleného systému**

**Úkol**: Navrhněte nějaký ucelený systém produktů či služeb v rámci neziskového sektoru, který by se dal nabídnout klientům tzv. „na klíč“.

1. **Zaměření: Marketing služeb – kategorie kritického chování vedoucí zákazníky ke změně poskytovatele služeb**

**Úkol**: Uveďte na konkrétním příkladu neziskové organizace příklady takového jednání nebo aktivity, které by vedly klienty ke změně společnosti. Uveďte způsoby, jak se o takovém rozhodnutí pracovníci NO mohou dozvědět.

1. **Zaměření: Analýza spotřebních trhů – klíčové psychologické procesy**

**Úkol**: Vytvořte model chování spotřebitele = klienta vybrané neziskové organizace a zahrňte do něj a popište všechny stimuly, které na něj mohou působit při jeho rozhodnutí stát se klientem NO.

1. **Zaměření: Tvorba hodnoty značky – branding**

**Úkol**: Napište, jak „označkovat“ vybranou službu nebo produkt NO a popište, jak hodnotu takové značky tzv. „měřit“.

1. **Zaměření: Vyrovnání se s konkurencí**

**Úkol**: Napište, vymyslete, jakou strategii zvolit při vyrovnání se s konkurencí na příkladu vámi vybrané NO.

1. **Zaměření: Reklama, podpora prodeje, PR**

**Úkol**: Napište, jakou reklamní kampaň (z jakých prvků složenou a použitím jakých prostředků) byste zvolili při propagaci NO. Připojte fiktivní rozpočet.