

Mezinárodní marketing

Mezinárodní komunikační politika



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ**

Ing. Ondřej Mikšík



- 1 Mezinárodní marketingová komunikace - definice.
 - 2 Tvorba kampaně, strategie.
 - 3 MKM prvky.
-

1. Definování marketingové komunikace



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

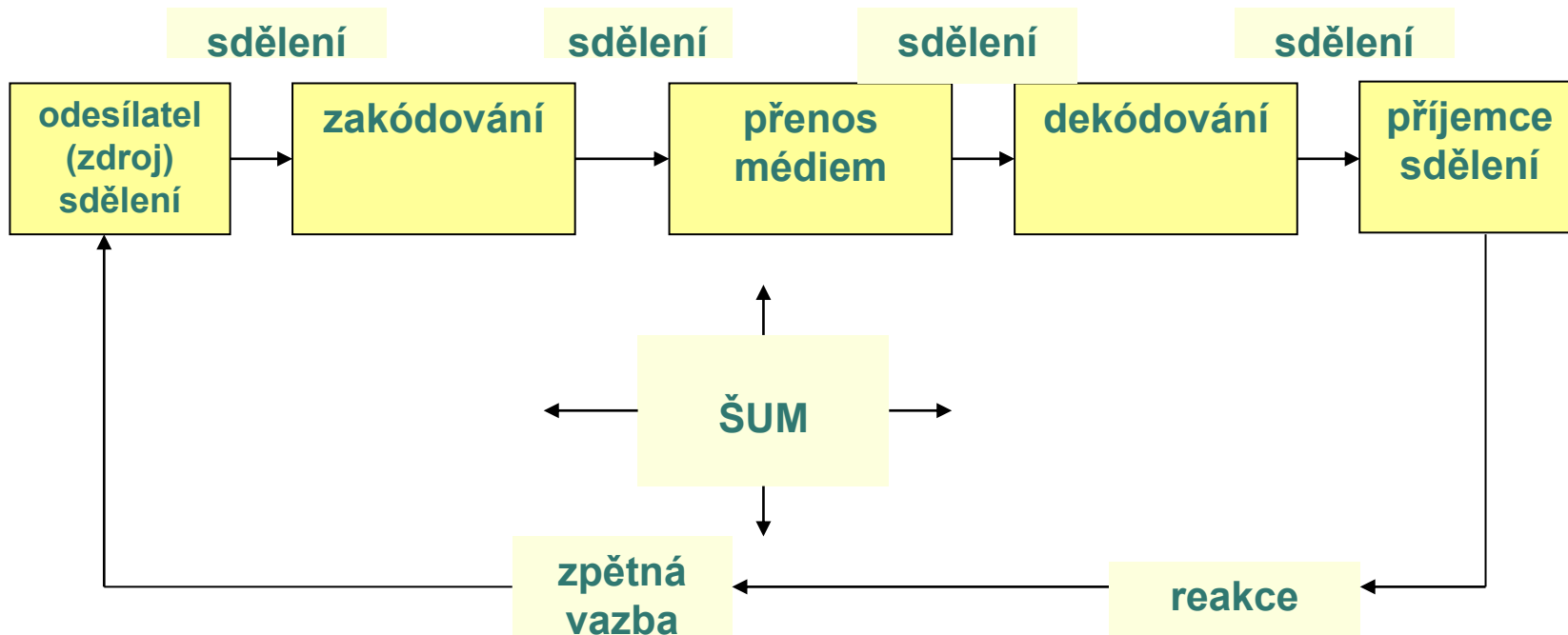
- Co to je?
- Širší a užší pojetí?



Kybernetický model komunikace



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KÁRVINĚ



Výběr komunikačního nástroje ovlivňuje



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Ekonomický rozvoj země,
 - sociální struktura společnosti a vliv autorit,
 - míra gramotnosti země a úroveň vzdělání,
 - kulturní prostředí (jazyk, náboženství, etika, morálka),
 - stupeň nacionalismu a národního uvědomění v zemi,
 - postoje k riziku a postoje ke zdraví,
 - pokrytí země jednotlivými médii,
 - nezávislost masmédií na státu,
 - legislativní omezení forem marketingové komunikace,
 - mezinárodní akceptování obchodního jména (značky),
 - image země původu zboží.
-



Globální vs. Adaptovaná strategie?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Jak fungují?



- Jak fungují?



3. Prvky MKM - Reklama



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Charakteristika.
- Typy? Doporučovatelé?
Média? Emoce?



- Charakteristika.
- Typy? Nástroje? 3D reklama?



- Charakteristika.
- Typy? Jak dělám?



- Charakteristika.
- Typy? Publicita? Úkoly?
Podniková image?



- Charakteristika.
- Typy? Média a nástroje?



Děkuji za pozornost 😊