

Seznam použitých zdrojů

Knižní zdroje:

- BATES, Donald L a David ELDREDGE. *Strategy and policy: analysis, formulation, and implementation*. Dubuque, Iowa: W.C. Brown Co., c1980.
- BLAŽKOVÁ, Martina. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 278 s. Manažer. Marketing. ISBN 978-80-247-1535-3.
- FOTR, Jiří. *Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 381 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3985-4.
- HANZELKOVÁ, Alena et al. *Strategický marketing: teorie pro praxi*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2009. xix, 170 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-120-8.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš.. vyd. Praha: Grada, 2013. 362 s. Expert (Grada). ISBN 9788024746708.
- JURÁŠKOVÁ, Olga a kol. *Velký slovník marketingových komunikací*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 271 s. ISBN 978-80-247-4354-7.
- KAŇÁKOVÁ, Eva. *Jak efektivně vést porady*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2008. 169 s. Vedení lidí v praxi. ISBN 978-80-247-1625-1.
- KARLÍČEK, Miroslav a kol. *Základy marketingu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. 255 s. ISBN 978-80-247-4208-3.
- KELLER, Kevin Lane. *Strategické řízení značky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 796 s. Expert. ISBN 978-80-247-1481-3.
- KEŘKOVSKÝ, Miloslav a VYKYPĚL, Oldřich. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2006. xiv, 206 s. C. H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-453-8.
- KOTLER, Philip a KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. [14. vyd.]. Praha: Grada, 2013. 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5. [1]
- KOTLER, Philip a KOTLER, Milton. *8 strategií růstu: jak ovládnout trh*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2013. 208 s. ISBN 978-80-265-0076-6. [2]
- KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2. [3]
- KOTLER, Philip. *Marketing podle Kotlera: jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2000. 258 s. ISBN 80-7261-010-4. [4]

- KOTLER, Philip. *10 smrtelných marketingových hříchů: jak je rozpoznat a nespáchat*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 139 s. ISBN 80-247-0969-4. [5]
- KOTLER, Philip a ARMSTRONG, Gary. *Principles of marketing*. 13th ed. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall, 2009. 637 s., ISBN 9780137006694. [6]
- KOZEL, Roman a kol. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. 277 s. Expert. ISBN 80-247-0966-X.
- MACHKOVÁ, Hana. *Mezinárodní marketing: [strategické trendy a příklady z praxe]*. 4. vyd. Praha: Grada, 2015. 194 s. Expert. ISBN 978-80-247-5366-9.
- MCDONALD, Malcolm a WILSON, Hugh. *Marketingový plán: příprava a úspěšná realizace*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2012. 575 s. ISBN 978-80-265-0014-8.
- PELSMACKER, Patrick de. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada, c2003, 581 s., [16] s. barev. obr. příl. ISBN 80-247-0254-1.
- PŘIKRYLOVÁ, Jana a JAHODOVÁ, Hana. *Moderní marketingová komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 303 s., [16] s. obr. příl. Expert. ISBN 978-80-247-3622-8.
- SEDLÁČKOVÁ, Helena a BUCHTA, Karel. *Strategická analýza*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C. H. Beck, 2006. xi, 121 s. C.H. Beck pro praxi ISBN 80-7179-367-1.
- SRPOVÁ, Jitka a kol. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 427 s. Expert. ISBN 978-80-247-3339-5.
- STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2007. xiv, 199 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7179-926-9.
- VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. 268 s. Manažer. ISBN 978-80-247-5037-8.
- VYSEKALOVÁ, Jitka a kol. *Emoce v marketingu: jak oslovit srdce zákazníka*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014. 289 s. Expert. ISBN 978-80-247-4843-6.
- WESTWOOD, John. *Jak sestavit marketingový plán*. Vyd. 1. Praha: Grada, 1999. 117 s. ISBN 80-7169-542-4.
- ZAMAZALOVÁ, Marcela a kol. *Marketing*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010. xxiv, 499 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-115-4.

Internetové zdroje:

www.m-journal.cz

www.businessinfo.cz

www.euroekonom.sk

www.halekinfo

www.import.technickenormy.cz

www.unmz.cz

www.czechtrade.cz

www.wikipedia.org

www.czso.cz

<https://or.justice.cz>

www.sometcz.com

Seznam objektů

Seznam obrázků:

- Obrázek č. 1 – Základní podnikatelské koncepce
- Obrázek č. 2 – Realizace situační analýzy
- Obrázek č. 3 – SWOT analýza
- Obrázek č. 4 – Tabulka SAP pro diagnostování interního prostředí podniku
- Obrázek č. 5 – Pět úrovní produktu
- Obrázek č. 6 – Úrovně produktu
- Obrázek č. 7 – Distribuční cesty
- Obrázek č. 8 – Faktory sledované v rámci marketingové kontroly
- Obrázek č. 9 – Organizační struktura společnosti
- Obrázek č. 10 – Analogové posuvné měřidlo
- Obrázek č. 11 – Digitální posuvné měřidlo

Graf:

- Graf č. 1 – Životní cyklus produktu

Seznam tabulek:

- Tabulka č. 1 – Složky marketingového mixu
- Tabulka č. 2 – Marketingová komunikace
- Tabulka č. 3 – Ukazatele rentability
- Tabulka č. 4 – Tržby z prodeje produktů a hospodářský výsledek (v tis. Kč)
- Tabulka č. 5 – SWOT analýza společnosti
- Tabulka č. 6 – Technické parametry analogového měřidla
- Tabulka č. 7 – technické parametry digitálního měřidla
- Tabulka č. 8 – Cena analogového posuvného měřidla
- Tabulka č. 9 – Cena digitálního posuvného měřidla
- Tabulka č. 10 – Marketingové výdaje

Seznam příloh:

Dotazník pro zákazníky společnosti

Grafické znázornění výsledků dotazníku

Přílohy

Dotazník pro zákazníky společnosti

Dobrý den,

jsem studentkou pátého ročníku Českého vysokého učení technického v Praze a v rámci své diplomové práce bych Vás chtěla poprosit, jestli byste mohli vyplnit můj dotazník. Ujišťuji Vás, že informace nebudou žádným způsobem zneužity, informace jsou zcela anonymní a slouží pouze pro účely mé diplomové práce. Účast průzkumu je dobrovolná, ale i přes to bych Vás chtěla poprosit o jeho vyplnění, velmi mi to pomůže při studiu. V případě zájmu o vyhodnocení dotazníku, mě můžete kontaktovat na e-mailové adrese lucka.petrankova@seznam.cz

V dotazníku naleznete 18 otázek. Odpověď na ně by Vám měla trvat zhruba 10-15 minut. Hodící se odpovědi prosím zakroužkujte. V některých máte možnost se samostatně vyjádřit. Po vyplnění prosím odevzdejte dotazník Patrikovi Adamcovi.

Předem velice děkuji za ochotu a spolupráci.

1) Jaký je váš věk?

- a) 18 – 30
- b) 31 – 40
- c) 41 – 50
- d) 50 a více

2) Pohlaví

- a) muž
- b) žena

3) Dosažené vzdělání

- a) základní
- b) střední bez maturity
- c) střední s maturitou
- d) bakalářské
- e) magisterské
- f) jiné

4) Kde sídlí Vaše společnost?

- a) Jihočeský kraj
- b) Karlovarský kraj
- c) Jihomoravský kraj
- d) Liberecký kraj
- e) Královéhradecký kraj
- f) Olomoucký kraj
- g) Moravskoslezský kraj
- h) Pardubický kraj
- i) Praha
- k) Středočeský kraj
- l) Ústecký kraj
- m) Plzeňský kraj
- n) Vysočina
- o) Zlínský kraj
- p) Zahraničí

5) Jak jste se dozvěděl/a o společnosti SOMET CZ?

Napište prosím konkrétní zdroj

.....

6) Vyhovuje Vám lokalita/umístění prodejny?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) určitě ne

7) Jste spokojen/a s kvalitou Vámi nakupovaných posuvných měřidel?

- a) Velmi spokojen/a
- b) spíše spokojen/a
- c) spíše nespokojen/a
- d) určitě nespokojen/a

8) Jste spokojen/a s cenou nabízených posuvných měřidel?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) určitě ne

9) Jste spokojen/a se sortimentem posuvných měřidel společnosti?

- a) určitě spokojen/a
- b) spíše spokojen/a
- c) spíše nespokojen/a
- d) určitě nespokojen/a

10) Motivuje Vás společnost k nákupu?

a) ano

b) ne

V případě odpovědi a) ano uveďte prosím způsob motivace

.....
.....

11) Jestliže Vás společnost nemotivuje k nákupu, zvažujete odchod ke konkurenci?

a) ano

b) ne

12) Odebíráte posuvná měřidla od společnosti SOMET CZ pravidelně?

a) ano

b) ne

13) Znáte kompletní portfolio posuvných měřidel společnosti?

a) ano

b) spíše ano

c) spíše ne

d) určitě ne

14) Víte mimo jiné, že společnost SOMET CZ má v současné době akci na pneumtické stojany pod granitové desky?

a) ano

b) ne

V případě b) ne uveďte prosím důvod neinformovanosti o této akci.....

.....

15) Nakupujete některá posuvná měřidla, jež má společnost SOMET CZ ve svém portfoliu u konkurentů?

- a) ano
- b) ne

16) Vyhovují Vám objednávací lhůty a dodání posuvných měřidel společností SOMET CZ?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) určitě ne

17) Jak často zde nakupujete produkty?

- a) Několikrát do měsíce
- b) 1x měsíčně
- c) 1x za čtvrt roku
- d) 1x za půl roku
- e) 1x za rok
- f) Nepravidelně

18) Spolupracuje se Vám se společností SOMET CZ bez problémů?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) určitě ne

V případě odpovědi c) spíše ne a d) určitě ne uveďte prosím důvod

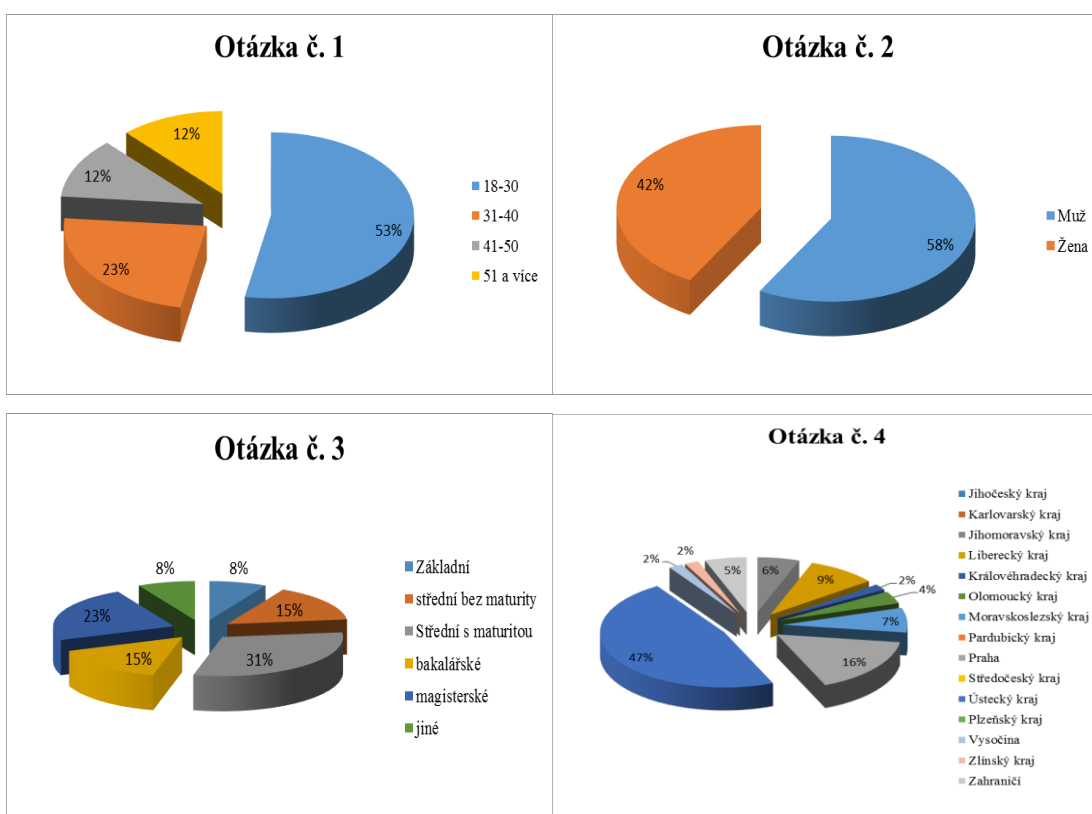
.....

.....

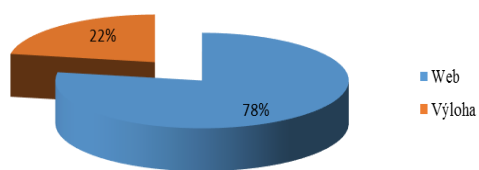
Ještě jednou Vám děkuji za vyplnění dotazníku.

Bc. Lucie Petránková

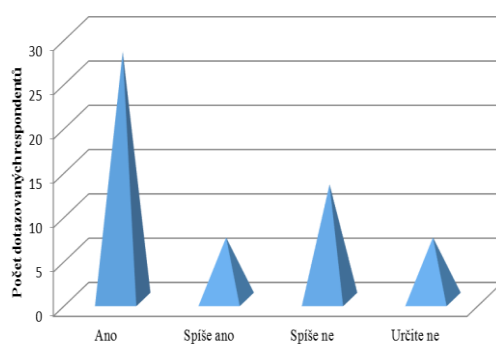
Grafické znázornění výsledků dotazníku



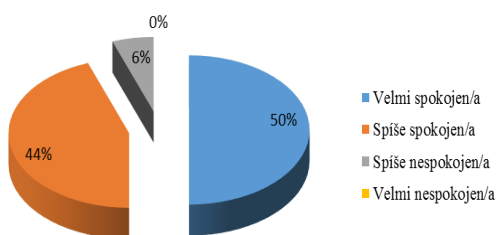
Otázka č. 5



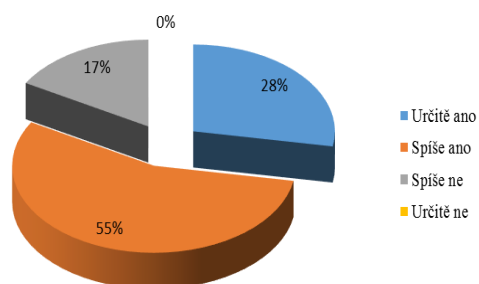
Otázka č. 6



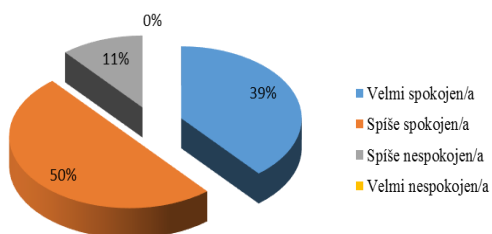
Otázka č. 7



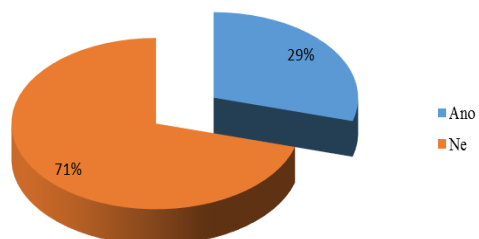
Otázka č. 8



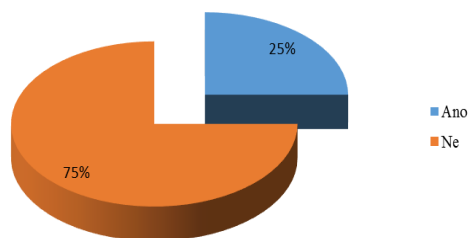
Otázka č. 9



Otázka č. 10



Otázka č. 11



Otázka č. 12

