



4. Cvičení k tématu MARKETINK



Marketink zaměřený na odbyt

Přiřad'te různým oblastem marketinku zaměřeného na odbyt správnou definici:

| P o j e m | | D e f i n i c e |
|---------------------------------|--|---|
| Kanály | | Marketink poskytovatelů služeb orientovaný na vztahy a hodnoty |
| Marketink obchodní firmy | | Marketink se zřetelem na oblastní struktury |
| Marketink služeb | | Využití různých odbytových a obchodních kanálů k vytvoření marketinkového potenciálu |
| Přímý marketink | | Marketink orientovaný na techniku, zaměřuje se na firmy |
| Geomarketink | | Samostatný marketink obchodní firmy |
| Etnomarketink | | Také přímé ztržnění nebo dialogový marketink = přímé oslovení zákazníka se žádostí o odpověď |
| Genderový marketink | | Zaměřuje se přímo na domácnosti, hlavní téma: spotřební zboží |
| Průmyslový marketink | | Oslovení cílových skupin se zaměřením na národnostní menšiny |
| Spotřebitelský marketink | | Marketink zaměřený na specifikum pohlaví |
| Technologický marketink | | Také: marketink průmyslového majetku nebo marketink B2B; nezaměřuje se na spotřebitele, ale na organizace |



Řešení:

| P o j e m | | D e f i n i c e |
|---------------------------------|--|---|
| Kanály | | Marketink poskytovatelů služeb orientovaný na vztahy a hodnoty |
| Marketink obchodní firmy | | Marketink se zřetelem na oblastní struktury |
| Marketink služeb | | Využití různých odbytových a obchodních kanálů k vytvoření marketinkového potenciálu |
| Přímý marketink | | Marketink orientovaný na techniku, zaměřuje se na firmy |
| Geomarketink | | Samostatný marketink obchodní firmy |
| Etnomarketink | | Také přímé ztržnění nabo dialogový marketink = přímé oslovení zákazníka se žádostí o odpověď |
| Genderový marketink | | Zaměřuje se přímo na domácnosti, hlavní téma: spotřební zboží |
| Průmyslový marketink | | Oslovení cílových skupin se zaměřením na národnostní menšiny |
| Spotřebitelský marketink | | Marketink zaměřený na specifiku pohlaví |
| Technologický marketink | | Také: marketink průmyslového majetku nebo marketink B2B; nezaměřuje se na spotřebitele, ale na organizace |