

## Marketingová stratégia 03 – Definície pojmu :)

V odbornej literatúre sa nachádza veľa definícií marketingovej stratégie. Uvádzame niektoré z nich.

**„Marketingová stratégia je najdôležitejším a najmä dlhodobejšie využívaným nástrojom strategického manažmentu akejkoľvek firmy pôsobiacej vo vysokokonkurenčnom trhovom prostredí.“<sup>[1]</sup>**

**„Základná stratégia, z ktorej vychádzajú jednotlivé podnikateľské jednotky pri plnení vlastných marketingových cieľov.“<sup>[2]</sup>**

**„Marketingové stratégie charakterizujú smer, ktorý bude organizačná jednotka sledovať v určitom časovom období, a ktorý vedie k najúčinnejšej alokácii zdrojov pre dosiahnutie vytýčených marketingových cieľov. V podstate sa jedná o jednotlivé nástroje marketingového mixu.“<sup>[3]</sup>**

**„Marketingová stratégia je rozhodnutím firmy o tom ako, kde a kedy konkurovať.“<sup>[4]</sup>**

Aby sme ale lepšie pochopili, čo marketingové stratégie sú, je potrebné cez uvedené definície zdefinovať základné pojmy, ktoré v nich vystupujú.

[Stratégia, Podstata marketingovej stratégie \(základné pojmy, ktoré ju tvoria\)](#)

<sup>[1]</sup> Milan Jedlička, *Marketingové stratégie*. Trnava :UCM FMK, 2007. 212 s. ISBN 80-89034-71-3.

<sup>[2]</sup> Jozef Matúš, Jaroslav Bednárík, *Základné ekonomické a marketingové pojmy a kategórie*. Trnava : UCM FMK, 2007. 97 s. ISBN 978-80-89220-79-3.

<sup>[3]</sup> Martina Blažková, *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2007. 280 s. ISBN 978-80-247-1535-3.

<sup>[4]</sup> Dagmar Jakubíková, *Strategický marketing*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.