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.“*[1].**

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

***„Marketigové 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.“*[3].**

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

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

Stratégia, Podstata marketingovej stratégie (základné pojmy, ktoré ju tvoria)

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

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

[3] 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.

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

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania