

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]

„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.“^[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 zdefinovať 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 Bednárík, *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.