

Abstrakt práce

1. Téma práce: Využitie marketingovej analýzy v riadení podnikov

2. Meno autora: Bc. Natália Blahutová

3. Ročník a odbor štúdia: 1. ročník inžinierskeho štúdia, Marketingový manažment podniku

4. Konzultant/vedúci práce: Ing. Denisa Lipnická

5. Obsah

a) cieľ riešenia: Cieľom teoretickej časti je poskytnúť základné teoretické východiská marketingovej analýzy, vymedziť štyri hlavné faktory, ktoré vplývajú na kvalitu marketingových analýz a analyzovať sekundárne údaje. Cieľom výskumnej časti je na základe výskumu identifikovať mieru využívania marketingovej analýzy v marketingovom riadení slovenských podnikov, zhodnotiť súčasný stav a porovnať ho s informáciami získanými prostredníctvom sekundárnych údajov.

b) obsah riešenia: Obsahom riešenia práce je prostredníctvom dotazníkového prieskumu analyzovanie a zhodnotenie miery využívania marketingovej analýzy v marketingovom riadení slovenských podnikov a následná formulácia významných zistení týkajúcich sa danej problematiky a využívania marketingovej analýzy v praxi slovenských podnikov.

c) dosiahnuté výsledky: Na základe výsledkov výskumu a následného porovnania sekundárnych údajov bol zistený trend rastu uvedomovania si potreby tvorby marketingových analýz. Vyzdvihnutie kladných stránok tvorby marketingových analýz a dôležitosti ich využívania pri rozhodovaní podnikov.

6. Kľúčové slová: marketingová analýza, riadenie, slovenské podniky,