

OBSAH

I Předmluva k českému vydání	3
II Idea marketingu	5
A Definice	5
1 Marketingová filozofie neboli makromarketing	
2 Marketing jako soubor funkcí neboli mikromarketing	
3 Metamarketing	
4 Konečná definice	
5 Vymezení ve vztahu k blízkým pojmům	
6 K otázce utváření trhu	
7 Exkurs: „Přílišné odcizení“ řeči	
B Přednost trhu	13
1 Prvenství odbytu	
2 Zákon úzkého místa plánování	
3 Od trhu prodávajících k trhu kupujících	
C Styly protichůdné k marketingu	14
1 Orientace výrobní nebo technická	
2 Mentalita rozdělovače	
3 Mentalita správce	
4 Orientace na pracovní místa	
5 Příjmová orientace	
6 Matice koncepce vedení	
D Historie marketingu	20
1 Nejstarší období (od počátku do roku 1800)	
1.1 Scholastika (1200–1500)	
1.2 Období reformace (1500–1600)	
1.3 Exkurs: Obchodní příručky (1300–1600)	
1.4 Počátek obchodní nauky	
1.5 Obchodní věda (1600–1800)	
2 Předcházející dějiny (1800–1900)	
3 Historie mezidobí (1900–1945)	
3.1 Rakouská nauka o oběhu	
3.2 Exkurs: Nauka o oběhu a marketing	
3.3 Nauka o obchodních podnicích	
3.4 Nauka o ekonomice odbytu	
4 Současná historie (1945 – dosud)	
E Obecná platnost marketingu	32
1 Marketing jako fenomén bohatšího národního hospodářství	
2 Marketing a obory hospodářství	

3	Marketing a velikost podniku	
4	Marketing, vlastnické vztahy a formy trhu	
5	Marketing v centrálně řízených plánovaných ekonomikách	
F	Charakteristika marketingu	37
1	Založený užitek a řešení problému	
2	Pochybování, dynamika a tvůrčí inovace	
3	Akce, nikoliv reakce	
4	Stálost a kontinuita	
5	Časová adekvátnost marketingových aktivit	
6	Způsob jednání orientovaný strategicky na budoucnost	
7	Systematicko-analytické zpracování trhu	
8	Formalizované a písemné marketingové plánování	
9	Důsledné provádění plánovaných marketingových aktivit	
G	Výzkumná koncepce marketingové teorie	46
1	Systematika a pragmatika	
2	Co jsou přístupy?	
3	Výzkumná paradigmata	
4	Katalog výzkumných přístupů	
5	Teoretické základy poznání	
5.1	Oblast vědomí	
5.2	Diskursivní věda	
5.3	Chápavá věda?	
5.4	Exkurs: Diskursivní myšlení a intuice v marketingu	
5.5	Umění a věda	
H	Podniková kultura a marketing	54
1	Všeobecný pojem kultury	
2	Podniková kultura	
3	Čtyři manifestace podnikové kultury	
3.1	Nemateriální manifestace navenek	
3.2	Nemateriální manifestace dovnitř	
3.3	Materiální manifestace navenek	
3.4	Materiální manifestace dovnitř	
4	Změny podnikové kultury	
5	Péče o podnikovou kulturu	
III	Marketingový systém	63
IV	Okolí podniku	68
A	Definice	
B	Druhy okolí	
C	Změny okolí	
D	Oblasti okolí	

- 1 Příroda a ekologie
- 2 Náboženství
- 3 Filozofie
- 4 Etika a morálka
- 5 Umění a estetika
- 6 Stát a společnost
 - 6.1 Správa
 - 6.2 Svazy a komory
 - 6.3 Politika
 - 6.4 Společnost
- 7 Věda a výchova
- 8 Hospodářství a právo
 - 8.1 Hospodářská infrastruktura
 - 8.2 Hospodářská politika
 - 8.3 Právo
- 9 Technika

IX Podniková politika 89

A Definice 89

- 1 Nosné pojmy
- 2 Nositel podnikové politiky
- 3 Změny podnikové politiky
- 4 Aspekty podnikové politiky

B Vůdčí obrazy firem a zásady vedení 92

C Aspekt cíle 99

- 1 Definice
- 2 Cílové dimenze
- 3 Hierarchie cílů
- 4 Proces vytváření cílů
- 5 Stavba cílů
 - 5.1 Metaekonomické cíle
 - 5.2 Národohospodářské cíle
 - 5.3 Podnikové hospodářské cíle
- 6 Operacionalizování cílů
- 7 Dosažení cíle
- 8 Janusova tvář cílů
- 9 Příklady podnikových a marketingových cílů
 - 9.1 Všeobecně formulované cíle
 - 9.2 Konkrétně formulované cíle
 - 9.3 Vybrané specifické firemní cíle

D Aspekt základní strategie	110
1 Strategie pole působnosti	
2 Funkční strategie	
3 Strategie infrastruktury	
4 Formální strategie	
E Aspekt způsobů chování	117
1 Chování vůči komu?	
1.1 Chování vůči zákazníkům	
1.2 Chování vůči konkurenci	
1.3 Chování vůči veřejnosti	
1.4 Chování vůči ostatním osobám a skupinám osob	
2 Normy chování	
2.1 Etické normy	
2.2 Estetické normy	
2.3 Ekologické normy	
3 Marketingová doporučení hospodářských svazů	
3.1 Rakouská Rada pro výzkum trhu	
3.2 Rakouská Rada pro reklamu	
3.3 Samoregulační omezení rakouského konkurenčního hospodářství	
3.4 Katalog dobrých vztahů	
F Marketingová koncepce	126
XIII Marketingové nástroje	133
Exkurs: Práce s veřejností	
1 Význam práce s veřejností	
2 Marketing, reklama a práce s veřejností	
3 Organizace	
4 Nástroje práce s veřejností	
5 Rakouská Rada pro public relations	

