

Obsah:

1	MARKETINGOVÉ STRATEGIE.....	7
1.1	VIZE A STRATEGIE	7
1.2	ŘÍZENÍ ZNAČKY.....	15
2	ZÁKAZNÍCI A SEGMENTACE	18
2.1	POTŘEBY ZÁKAZNÍKŮ.....	18
3	POTŘEBY ZÁKAZNÍKŮ VS. PRODUKT	21
3.1	POTŘEBY ZÁKAZNÍKŮ.....	21
3.2	PRODUKT A JEHO UŽITKY.....	21
3.3	PRODUKT NESMÍ ZŮSTAT STÁT, STEJNĚ JAKO TOMU NENÍ U POTŘEB	23
3.4	PORTFÓLIO PRODUKTŮ	28
4	OSTATNÍ PRVKY 4P	32
4.1	PROPAGACE	33
4.2	DISTRIBUCE.....	36
4.3	CENA	39
5	MAKROPROSTŘEDÍ	41