

Obsah

Úvod	5
1 Teoretická východiska marketingu služeb	8
1.1 Služby a jejich klasifikace	8
1.2 Kategorie mixu služeb	11
1.3 Charakteristiky služeb	12
1.4 Typy marketingu v odvětvích služeb.....	13
1.5 Hlavní marketingové úkoly	15
1.6 Marketingový mix	17
1.7 Produkt.....	18
1.7.1 Postup vývoje nového produktu služba.....	20
1.8 Cena	21
1.9 Distribuce.....	25
1.10 Komunikační mix (marketingová komunikace)	26
1.11 Lidé.....	29
1.12 Procesy.....	31
1.13 Materiální prostředí	33
1.14 Dvanáctero efektivního marketingu služeb	34
2 Dopady krize na podniky v odvětví služeb	36
2.1 Charakteristika a příčiny finanční a ekonomické krize 2008 - 2009	36
2.2 Dopady ekonomické krize na hospodářství ČR	38
2.3 Dopady ekonomické krize na vybraná odvětví služeb	39
3 Výsledky šetření sektoru služeb	51
3.1 Celkové výsledky šetření sektoru služeb.....	51
3.2 Vlastní marketingové šetření – služby v odvětví maloobchodu.....	62
3.3 Vlastní marketingové šetření - služby v oblasti ubytovacích, stravovacích služeb a služeb cestovního ruchu.....	67
3.4 Vlastní marketingové šetření - služby pronájmu a údržby nemovitostí	74
3.5 Vlastní marketingové šetření - dopravní a logistické služby.....	80
Závěr	84
Summary	86

Seznam použitých pramenů a literatury	88
Internetové zdroje	89
Seznam tabulek, grafů a obrázků	90
Rejstřík	93
Seznam příloh	96