

Obsah

Úvodem.....	6
Rychlý náhled studijního materiálu	7
1. Základní pojmy a cíle marketingu.....	9
1.1 Definice marketingu	10
1.2 Základní marketingový mix.....	14
1.3 Produkt.....	14
1.4 Cena	21
1.5 Distribuce.....	26
1.6 Marketingová komunikace	28
2. Marketing zboží a marketing služeb	35
2.1 Rozdíl mezi zbožím a službou.....	36
2.2 Rozšířený marketingový mix ve službách.....	40
2.3 Lidské zdroje ve službách.....	42
2.4 Procesy ve službách.....	44
2.5 Tvorba balíčků ve službách	46
2.6 Partnerství ve službách	48
3. Strategický a taktický marketing.....	51
3.1 Strategický, taktický a operativní marketing.....	52
3.2 Strategický marketing služeb.....	53
3.3 Tvorba strategického marketingového plánu	55
3.4 Nástroje strategického marketingu služeb	60
3.5 CRM – metoda řízení vztahu se zákazníkem	61
4. Specifika marketingu cestovního ruchu	64
4.1 Kvalita služeb a marketing cestovního ruchu.....	65
4.2 Marketing destinace cestovního ruchu	72
4.3 Atraktivita turistické destinace	78
4.4 Typologie a segmentace turistů a její aplikace v marketingu.....	80
5. Marketingový informační systém	89
5.1 Primární a sekundární data v marketingu	90
5.2 MIS – marketingový informační systém	95
5.3 Data v cestovním ruchu	101
6. Marketingový výzkum	107
6.1 Úvod do problematiky	108
6.2 Kvalitativní a kvantitativní marketingový výzkum	111
6.3 Procesy a formy marketingového výzkumu	113
6.4 Metody a technika sběru dat v marketingovém výzkumu	120

6.5	Tvorba dotazníku	125
6.6	Analýza dat z marketingového výzkumu	134
6.7	Statistické metody zpracování dat z marketingového výzkumu	140
7.	Případové studie v marketingovém výzkumu	151
7.1	Marketingového výzkumu a atraktivity turistického cíle.....	152
7.2	Cestovní ruch – marketingový nebo sociologický výzkum?	159
7.3	Cestovní ruch a gastronomie v České republice	163
7.4	Podíl wellness center na provozu hotelů.....	174
7.5	Velký výběr je vždy reprezentativní?	182
Závěr, použitá literatura a zdroje		188