

1. Úvod do problematiky marketingu	5
1.1. Základní pojmy používané v marketingu	6
1.2. Marketingové řízení	8
1.3. Management a marketing	10
1.4. Orientace firmy na trh	10
1.5. Přechodné období	11
2. Trhy	12
2.1. Analýza spotřebních trhů a kupního chování	14
2.2. Poznávání konkurence	16
2.3. Měření a předpovídání poptávky trhu	18
2.4. Identifikace tržních segmentů	19
3. Životní cyklus produktu	20
3.1. Etapa zavádění	23
3.2. Etapa růstu	24
3.3. Etapa zralosti	25
3.4. Etapa poklesu	28
3.5. Koncepce vývoje trhu	29
3.6. Lidský jedinec a jeho životní cyklus	31
3.7. Marketingový mix	32
3.8. V které etapě životního cyklu má firma „startovat“?	32
3.9. Chování spotřebitele v průběhu životního cyklu produktu	33
4. Marketingový mix	34
4.1. Produkt	34
4.1.1. Produktové řady, značky, balení	35
4.1.2. Služby	38
4.2. Cena	40
4.3. Distribuce	46
4.3.1. Aplikace managementu na distribuční cestě	49
4.3.2. Uloha jednotlivých firem na distribuční cestě	50
4.3.3. Řízení systému maloobchodu, velkoobchodu a fyzické distribuce	51

4.3.4. Fyzická distribuce	56
4.4. Komunikace	56
5. Marketingové prostředí	64
5.1. Subjekt, operující v marketingovém prostředí	64
5.2. Členění marketingového prostředí	67
5.2.1. Marketingové prostředí	67
5.2.2. Marketingové makroprostředí	67
6. Proces marketingového plánování	68
6.1. Východiska marketingového plánování	68
6.2. Druhy plánů	69
6.2.1. Smysl, či poslání	70
6.2.2. Úkoly nebo cíle	71
6.2.3. Strategie	71
6.2.4. Taktiky	71
6.2.5. Postupy	72
6.2.6. Pravidla	72
6.2.7. Programy	72
6.2.8. Rozpočty	72
6.3. Plánování obchodů firmy	72
6.3.1. Intenzivní růst	73
6.3.2. Integrační růst	73
6.3.3. Diverzifikační růst	73
6.4. Úloha řízení v marketingu	73
7. Marketingové informace, předpovědi a organizace	74
7.1. Druhy marketingového výzkumu	75
7.2. Zpravodajský systém o trhu	76
7.3. Organizační systém	77
8. Charakteristické rysy vybraných trhů	77
8.1. Průmyslový trh	78
8.2. Obchodní trh	79
8.3. Státní trh	79
8.4. Finanční trh (Ing. Ladislav Černý)	80

Přílohy:

(Doc. Ing. Svatopluk Mareš, CSc.)

1. Firma CHS Czechia, s.r.o.....	87
2. Firma Claudia Bradle	94
3. Marketingový plán hotelu VILLA BUTERFLY	99
4. Firma TENAX s.r.o.....	104
5. REALIZAČNÍ REZUMÉ	109

Literatura.....	125
------------------------	------------