

## Obsah

1. Cíle předmětu	3
2. Pojetí marketingu a marketingového mixu	5
3. Důležitost služeb pro podniky	8
3.1. Charakter služeb	8
3.2. Vlastnosti služeb	10
3.3. Marketing služeb	11
3.3.1. Rozdíly mezi různými skupinami služeb	11
3.3.2. Kvalita služeb	11
3.3.3. Vývoj marketingu služeb	14
4. Marketingový výzkum	15
4.1. Účel marketingového výzkumu	15
4.2. Oblasti marketingového výzkumu	17
4.3. Proces marketingového výzkumu	18
4.3.1. Definování výzkumného problému	19
4.3.2. Zdroje dat pro marketingový výzkum	19
4.3.3. Techniky sběru dat	20
4.3.4. Kvalitativní a kvantitativní výzkum	21
4.3.5. Určení velikosti výběrového souboru	22
4.3.6. Analýza získaných dat	23
4.3.7. Hledání souvislostí mezi analyzovanými jevy	23
4.3.8. Závěrečná zpráva (aneb závěr korunuje dílo)	23
5. Závěr	26