

OBSAH

0. ÚVOD

1. SLUŽBY - MANAGEMENT A MARKETING	5
1.1 Vymezení služeb – jejich typologie a specifika	5
1.2 Úloha a vývoj managementu a marketingu služeb	8
1.3 Deset okruhů otázek – Podstata marketingu služeb	12
2. SEGMENTACE TRHU SLUŽEB.....	14
2.1 Segmentace trhu	14
2.2 Charakteristiky trhu	16
3. STANOVENÍ EFEKTIVNÍHO POSLÁNÍ.....	17
3.1 Zásady a obsah efektivního poslání služeb	17
3.2 Postup.....	18
4. VOLBA STRATEGIE	20
4.1 Faktory ovlivňující marketingovou strategii	20
4.2 Marketingové strategie při poskytování služeb	22
5. MARKETINGOVÝ MIX SLUŽEB	24
5.1 Nástroje tvořící marketingový mix	24
5.2 Produkt	25
5.3 Cena	26
5.4 Distribuce	26
5.5 Komunikace – komunikační mix, Příprava plánu komunikace	27
5.6 Lidé.....	29
5.7 Prostředky	30
5.8 Řízení procesu	30
Případová studie „Balet“	31
6. MARKETINGOVÉ PLÁNOVÁNÍ SLUŽEB.....	33
6.1 Marketingové plánování	33
6.2 Marketingový plánovací proces	34
7. MANAGEMENT SLUŽEB	40
7.1 Management podniku poskytujícího služby	40
7.2 Management procesu poskytování služby	41
7.3 Některé postupy a nástroje k zlepšení péče o zákazníky – z praxe	41
ZÁVĚR – Kam směřuje management a marketing v 21. století.....	43