

PREDSLOV	5
1 ÚVOD DO MARKETINGU	6
1.1 Definícia marketingu	6
1.2 Historický vývoj marketingu	7
1.3 Podnikateľské koncepcie	11
1.3.1 Výrobná podnikateľská koncepcia	11
1.3.2 Výrobná podnikateľská koncepcia	11
1.3.3 Koncepcia predaja	11
1.3.4 Marketingová podnikateľská koncepcia	12
1.3.5 Sociálny marketing	14
1.4 Marketingové prostredie	14
1.5 Marketingové stratégie	22
1.5.1 Potreba stratégie	23
1.5.2 Princíp päť „P“	23
1.5.3 Súčasné názorové koncepcie v oblasti strategického riadenia	23
1.5.4 Proces strategického riadenia a úrovne stratégie	24
1.5.5 Cieľ ako súčasť stratégie	25
1.6 Podnikateľské riziko	30
1.6.1 Redukcia podnikateľského rizika	31
1.7 Marketingový plán	31
1.7.1 Druhy marketingových plánov podniku	33
1.7.2 Implementácia marketingového plánu	34
1.7.3 Príčiny neúspešnej implementácie marketingových plánov	34
1.7.4 Proces implementácie marketingového plánu	35
1.8 Marketingový audit	36
1.9 SWOT analýza	36
2 TRH A JEHO VÝSKUM	40
2.1 Členenie trhov	40
2.2 Charakteristika základných zložiek trhu	41
2.3 Trhové subjekty	43
2.4 Veličiny trhu	43
2.5 Konkurencia	45
2.5.1 Konkurencieschopnosť a konkurenčná výhoda	47
2.5.2 Benchmarking	48
2.5.3 Benchmarking a analýza konkurencie	48
2.6 Marketingový výskum trhu	49
2.6.1 Zdroje údajov	50
2.6.2 Metódy výskumu trhu	51
2.7 Zákazníci	55
2.8 Cílený marketing	57
2.8.1 Segmentácia trhu	57
2.8.2 Výber cieľových skupín	60
2.8.3 Vymedzenie trhovej pozície	62

3 MARKETINGOVÝ MIX - NÁSTROJE MARKETINGU	63
3.1 Produkt – Výrobok	65
3.1.1 <i>Klasifikácia výrobkov</i>	69
3.1.2 <i>Životný cyklus výrobku</i>	72
3.2 Cena	84
3.2.1 <i>Cenotvorba</i>	85
3.2.2 <i>Tvorba cien produktov - cenové stratégie</i>	96
3.3 Miesto – distribúcia	97
3.3.1 <i>Distribučná politika</i>	98
3.3.2 <i>Distribučné kanály</i>	100
3.4 Propagácia	110
3.4.1 <i>Komunikačný proces</i>	111
3.4.2 <i>Reklama</i>	114
3.4.3 <i>Podpora predaja</i>	117
3.4.4 <i>Public relations/PR - vzťahy k verejnosti</i>	121
3.4.5 <i>Osobný predaj</i>	121
3.5 Balenie	122
3.6 Manažment kvality	123
3.7 Ľudia	124
3.8 Prezentácia na internete	124
4 ÚVOD DO INTERNETOVÉHO MARKETINGU	126
4.1 Vývoj internetu	129
4.1.1 <i>Vývoj v SR</i>	129
4.1.2 <i>Fázy rozvoja internetu v Čechách a na Slovensku</i>	130
4.2 Zásady pre úspešné fungovanie webstránok	133
4.2.1 <i>Zásady pri príprave a tvorbe stránok</i>	133
4.2.2 <i>Zásady dodržiavané počas prevádzky stránok</i>	134
4.2.3 <i>Desať dôvodov, prečo sa oplatí mať silnú webstránku</i>	135
4.3 Hodnotové modely webstránok	137
4.4 Formy reklamy na internete	138
4.4.1 <i>Umiestnenie reklamy</i>	138
4.4.2 <i>Typy reklamy na internete</i>	141
4.5 Ako vytvoriť účinný reklamný banner	145
4.5.1 <i>Posolstvo banneru</i>	148
4.5.2 <i>Banner potrebuje titulok</i>	149
4.5.3 <i>Umiestnenie banneru</i>	151
4.6 Meranie efektívnosti reklamy na internete	157
4.7 SEO - Optimalizácia webstránok	157
4.7.1 <i>SEO služby</i>	158
4.7.1 <i>Optimalizácia webstránok vs. internetová reklama</i>	159
4.8 Všeobecná dôležitosť webstránky	160
4.8.1 <i>Špecifická významnosť webstránky</i>	161
4.8.2 <i>Cena za web reklamu</i>	161

5 ELEKTRONICKÝ OBCHOD	163
5.1 Charakteristika elektronického obchodu	163
5.1.1 Výhody on-line obchodovania	165
5.1.2 Problémové oblasti internetového obchodovania	165
5.1.3 Odporúčania pri nákupoch cez internet	166
5.1.4 Nevýhody elektronického obchodovania	167
5.2 Obchodné modely na internete	168
5.2.1 Internetová predajňa	170
5.2.2 Prilákavie zákazníkov	171
5.3 Obchodné modely pre elektronické obchodovanie	172
5.4 Aukcie B2B	173
5.4.1 História on-line aukcií B2B	173
5.4.2 Modely elektronických aukcií	174
5.4.3 Proces prípravy aukcie B2B	177
5.4.4 Parametre vplyvajúce na aukcie	179
5.4.5 Výhody elektronických aukcií	179
5.4.6 Nevýhody elektronických aukcií	180
5.4.7 Proces aukcie	180
5.4.8 Elektronické aukcie podnikov v SR	182
6 ELEKTRONICKÝ PODPIS	184
6.1 Symetrické šifrovanie	185
6.2 Asymetrické šifrovanie	186
6.3 Digitálny odtlačok	187
6.4 Certifikačná autorita	189
6.4.1 Udelenie akreditácie	189
6.4.2 Pravidlá poskytovania služieb certifikačnej autority	190
6.4.3 Prekážky v činnosti, ukončenie činnosti	191
6.4.4 Postup pri získaní certifikátu	192
6.5 Slovník základných pojmov	196
7 OTÁZKY BEZPEČNOSTI	198
7.1 Phishing	198
7.2 Pharming	199
7.3 Správa spoločnosti IBM	200
7.4 Spôsoby ochrany	203
ZOZNAM OBRÁZKOV	205
ZOZNAM TABULIEK	207
LITERATÚRA	208