

OBSAH

	PŘEDMLUVA	7
	ÚVOD	8
ČÁST I	SEZNÁMENÍ S MARKETINGEM	13
Kapitola 1	Vymezení marketingu	14
Kapitola 2	Rozdíly mezi marketingem výrobků a marketingem služeb	35
Kapitola 3	Marketingový systém pohostinství a cestovního ruchu	53
ČÁST II	PLÁNOVÁNÍ: VÝZKUM A ANALÝZA	69
Kapitola 4	Spotřební chování zákazníka odvětví pohostinství a cestovního ruchu	70
Kapitola 5	Analýza tržních příležitostí	97
Kapitola 6	Marketingový výzkum	130
ČÁST III	PLÁNOVÁNÍ: STRATEGIE, UMÍSTOVÁNÍ A CÍLE	153
Kapitola 7	Marketingová strategie: tržní segmentace a trendy	154
Kapitola 8	Marketingová strategie: strategie, cílové trhy, marketingový mix, umístování a cíle marketingu	188
Kapitola 9	Marketingový plán a „8 P“ marketingu pohostinství a cestovního ruchu	214
ČÁST IV	REALIZACE MARKETINGOVÉHO PLÁNU	233
Kapitola 10	Mix výrobek/služba a lidé	234
Kapitola 11	Tvoření packagu a programování	261
Kapitola 12	Distribuční mix a obchod cestovním ruchem	291
Kapitola 13	Marketingová komunikace a propagační mix	312
Kapitola 14	Reklama	343
Kapitola 15	Podpora prodeje a interní reklama	382
Kapitola 16	Osobní prodej a řízení prodeje	409
Kapitola 17	Public relations a publicita	437
Kapitola 18	Cenová tvorba	464
ČÁST V	KONTROLA, MĚŘENÍ A HODNOCENÍ PLÁNU	489
Kapitola 19	Marketing management, hodnocení a kontrola	490
SLOVNÍČEK		508