

	<b>ÚVODEM</b> .....	1
<b>1</b>	<b>Podnikání v tržní ekonomice a marketing</b> .....	3
1.1	Trh .....	3
1.2	Tržní ekonomika a tržní mechanismus .....	4
1.3	Podstata marketingu .....	5
1.4	Cíle a koncepce marketingu .....	7
1.5	Vývoj a typy marketingu .....	10
1.6	Základní formy komerčního marketingu .....	13
	Praktická příručka pro cvičení .....	15
<b>2</b>	<b>Organizace marketingu v podniku</b> .....	27
2.1	Organizační výstavba marketingového oddělení .....	27
2.2	Funkčně orientovaná marketingová organizace .....	28
2.3	Výrobově orientovaná marketingová organizace .....	29
2.4	Zákaznický orientovaná marketingová organizace .....	30
2.5	Oblastně (teritoriálně) orientovaná marketingová organizace .....	31
2.6	Maticová organizace .....	32
	Praktická příručka pro cvičení .....	34
<b>3</b>	<b>Marketingová koncepce řízení podniku</b> .....	45
3.1	Východiska podniku v marketingové politice .....	47
3.2	Marketingový algoritmus .....	52
3.3	Situační analýza v marketingu .....	55
3.4	Postup při tvorbě marketingové strategie .....	69
	Praktická příručka pro cvičení .....	71
<b>4</b>	<b>Marketingový výzkum</b> .....	81
4.1	Klasifikace výzkumů v marketingu .....	81
4.2	Výzkum motivační .....	82
4.3	Průzkum trhu .....	84
4.4	Metodika a technika průzkumu trhu .....	84
4.4.1	Primární průzkum .....	84
4.4.2	Sekundární průzkum .....	91
	Praktická příručka pro cvičení .....	95
<b>5</b>	<b>Výrobová politika</b> .....	107
5.1	Základy výrobové politiky .....	107
5.2	Životní cyklus výrobku .....	109
5.3	Výrobová strategie .....	112
5.4	Inovační proces .....	116
5.4.1	Vývoj výrobku .....	122
5.4.2	Zkoušení výrobku .....	123
5.4.3	Zavádění výrobku .....	123
5.5	Programová a sortimentní politika .....	125
5.6	Služby zákazníkům .....	125
5.7	Servisní a garanční politika .....	126
	Praktická příručka pro cvičení .....	127

<b>6</b>	<b><i>Smluvní politika</i></b> .....	<b>139</b>
	6.1 <i>Cenová politika</i> .....	139
	6.1.1 <i>Tržní základy cenové politiky</i> .....	140
	6.1.2 <i>Nákladově orientovaná cena</i> .....	142
	6.1.3 <i>Poptávkově orientovaná cena</i> .....	143
	6.1.4 <i>Konkurenčně orientovaná cena</i> .....	144
	6.2 <i>Cenová strategie</i> .....	148
	6.3 <i>Cenová diferenciacce</i> .....	148
	6.4 <i>Cena investic</i> .....	149
	6.5 <i>Rabatová politika</i> .....	149
	6.6 <i>Dodací a platební podmínky</i> .....	150
	6.7 <i>Úvěrová (kreditní) politika</i> .....	152
	<i>Praktická příručka pro cvičení</i> .....	153
<b>7</b>	<b><i>Komunikační politika</i></b> .....	<b>167</b>
	7.1 <i>Reklama</i> .....	168
	7.2 <i>Sponsoring</i> .....	176
	7.3 <i>Podpora prodeje</i> .....	177
	7.4 <i>Osobní prodej</i> .....	178
	7.5 <i>Public Relation</i> .....	180
	<i>Praktická příručka pro cvičení</i> .....	183
<b>8</b>	<b><i>Distribuční politika</i></b> .....	<b>191</b>
	8.1 <i>Odbytové cesty</i> .....	191
	8.2 <i>Přímý odbyt</i> .....	194
	8.3 <i>Franchising</i> .....	196
	8.4 <i>Externí podnikové odbytové orgány</i> .....	197
	8.5 <i>Trh obchodních příležitostí</i> .....	197
	8.6 <i>Nepřímý odbyt</i> .....	198
	8.7 <i>Marketingová logistika</i> .....	200
	<i>Praktická příručka pro cvičení</i> .....	205
	<b><i>Literatura</i></b> .....	<b>211</b>
	<b><i>Obsah</i></b> .....	<b>212</b>