

Úvod

1.Úvod do marketingu, definice, základní pojmy

1.1.Vývoj a význam marketingu	2
1.2.Definice marketingu a základní pojmy marketingu	2
1.3.Marketingové koncepce	7
1.4.Charakteristiky marketingu	8

2.Marketingové řízení a marketingové činnosti

2.1.Marketingové řízení	10
2.2.Marketingové činnosti, činitelé marketingu	11
2.3.Analýza spotřebitele a analýza konkurence	13
2.4.Komplexní marketingová strategie	14
2.5.Taktiky marketingu , kontrola a hodnocení marketingové činnosti	17

3.Marketingový informační systém a marketingový výzkum

3.1.Informační soustava, zdroje dat	18
3.2.Marketingový výzkum	20
3.3.Analýza trhu	23
3.4.Segmentace trhu	24
3.5.Pozice produktu a obchodní značky	25

4.Analýza spotřebních trhů ✓

4.1.Chování zákazníka na spotřebitelském trhu	27
4.2.Faktory určující chování spotřebitele	28
4.3.Rozhodování při koupi	30
4.4.Postup organizovaných kupců	32

5.Nástroje marketingu

5.1.Produkt	35
5.1.1.Životní cyklus produktu	38
5.1.2.Vývoj,testování, zavádění nových výrobků a služeb	40
5.2.Distribuce	44
5.2.1.Prodejní cesty a organizace prodeje	44
5.2.2.Maloobchod	46
5.2.3.Velkoobchod	50
5.3.Cena	51
5.3.1.Stanovení ceny	51
5.3.2.Metody cenové tvorby	55
5.3.3.Přizpůsobení ceny, cenové změny, prosazování cenových změn	56
5.4.Propagace	58
5.4.1.Nástroje propagace	58
5.4.2.Komunikační proces	59

Literatura