

# Obsah

<b>1</b>	<b>Marketing a jeho historický vývoj</b> .....	<b>7</b>
1.1	Vznik, význam a vývoj marketingu .....	7
1.2	Definice marketingu .....	9
1.3	Základní podnikatelské koncepce .....	10
1.4	Marketing hotelnictví a cestovního ruchu, jeho vývoj a specifika ...	14
1.4.1	Vývoj marketingu hotelnictví a cestovního ruchu .....	14
1.4.2	Specifika marketingu hotelnictví a cestovního ruchu .....	15
<b>2</b>	<b>Marketingové prostředí</b> .....	<b>18</b>
2.1	Marketingové mikroprostředí .....	20
2.2	Marketingové makroprostředí .....	21
2.2.1	Marketingové makroprostředí hotelu .....	23
2.3	SWOT analýza .....	24
<b>3</b>	<b>Marketingový informační systém a jeho podsystémy</b> .....	<b>28</b>
3.1	Pojem a struktura marketingového informačního systému (MIS) .....	28
3.1.1	Vnitřní zdroje informací .....	30
3.1.2	Marketingový výzkum .....	30
3.1.2.1	Typy marketingového výzkumu .....	31
3.1.2.2	Proces marketingového výzkumu .....	32
3.1.2.3	Metody sběru marketingových informací .....	33
3.1.2.4	Etické kodexy marketingového výzkumu .....	37
<b>4</b>	<b>Marketingové strategie</b> .....	<b>40</b>
4.1	Marketingová strategie hotelu .....	41
<b>5</b>	<b>Marketingový plán</b> .....	<b>44</b>
5.1	Požadavky na marketingový plán .....	44
5.2	Části dlouhodobého marketingového plánu .....	45
5.3	Výhody marketingového plánu .....	46
5.4	Marketingový plán hotelu .....	46
<b>6</b>	<b>Trh a cílený marketing</b> .....	<b>49</b>
6.1	Segmentace trhu .....	50
6.2	Tržní zacílení .....	52
6.3	Tržní umístění .....	52
6.4	Segmentace trhu hotelových služeb .....	53
<b>7</b>	<b>Marketingový mix</b> .....	<b>56</b>
7.1	Produkt (výrobek, služba) .....	56
7.1.1	Produkt v hotelnictví .....	57
7.1.2	Životní cyklus produktu .....	58

7.1.2.1	Životní cyklus hotelových služeb .....	60
7.1.3	Portfolio analýza (podnikatelské hodnocení produktu).....	62
7.1.3.1	Strategie positioningu .....	64
7.2	Price (cena) .....	66
7.2.1	Faktory ovlivňující výši ceny .....	66
7.2.2	Strategie stanovení ceny .....	67
7.2.3	Metody stanovení ceny .....	68
7.2.3.1	Stanovení ceny hotelových služeb .....	69
7.3	Place (distribuce).....	71
7.3.1	Organizace distribučních cest.....	73
7.3.2	Výběr distribučních cest.....	75
7.3.3	Distribuce hotelových služeb.....	75
7.3.4	Prodej hotelových služeb přes internet.....	76
7.4	Promotion (komunikace) .....	78
7.4.1	Promotion v hotelu.....	78
7.4.2	Reklama .....	79
7.4.2.1	Reklama v hotelu .....	81
7.4.3	Public relations .....	82
7.4.4	Osobní prodej .....	85
7.4.5	Podpora prodeje .....	86
7.4.6	Přímý marketing .....	87
7.5	People (lidé) .....	89
7.6	Package a Programming (balíky služeb a programování) .....	90
7.6.1	Klasifikace balíčků služeb.....	91
7.7	Partnership (spolupráce).....	92
<b>8</b>	<b>Podstata, význam a vývoj managementu .....</b>	<b>94</b>
8.1	Podstata a význam managementu .....	94
8.2	Vývoj managementu .....	94
<b>9</b>	<b>Manažerské funkce .....</b>	<b>99</b>
9.1	Plánování .....	99
9.2	Organizování .....	102
9.3	Personální řízení (řízení lidských zdrojů) .....	108
9.4	Vedení.....	112
9.5	Kontrola.....	117
<b>10</b>	<b>Vnější prostředí managementu .....</b>	<b>121</b>
<b>11</b>	<b>Osobnost manažera a podnikatele.....</b>	<b>125</b>
<b>12</b>	<b>Specifické přístupy managementu.....</b>	<b>130</b>
12.1	Řízení lidských zdrojů v gastronomii .....	130
12.2	Motivace a hodnocení zaměstnanců v gastronomii.....	131
12.3	Organizační struktura hotelu .....	132

12.4	Integrace v hotelnictví.....	137
12.5	Green management v hotelnictví (zelený management, management ochrany životního prostředí) .....	138
12.6	Yield management hotelu (YM).....	140
12.7	Quality management (management jakosti, řízení kvality).....	141
12.8	Finanční management hotelu.....	142
12.9	Time management (řízení času).....	143

<b>Seznam schémat</b> .....	144
-----------------------------	-----

<b>Seznam příloh</b> .....	144
----------------------------	-----

<b>Literatura</b> .....	151
-------------------------	-----