

OBSAH

O autorovi	4
Úvodní slovo.....	5
1. Proměna malého a středního podnikání v ČR za 30 let	8
2. Principy marketingové strategie malých a středních firem v globalizaci.....	13
3. Stavba marketingového plánu s nízkým rozpočtem	19
4. Klasické nástroje podpory prodeje malých a středních firem	26
5. Tradiční přístupy k PR malých a středních firem	31
6. Hodnocení přínosu marketingu pro firmu	35
7. Marketing v digitálním prostředí	41
8. Obsahový marketing	48
9. Influencer marketing	52
10. E-shop marketing	58
11. Guerilla marketing	64
12. Ambient marketing	67
13. Buzz marketing	69
14. Ambush marketing	75
15. Event marketing	77
16. Product placement marketing	80
17. Flash mob marketing	83
18. Marketing obchodního zástupce	85
19. Franchízový marketing	99
20. Piggybacking marketing.....	102
21. Marketing v logistice	106
22. Joint venture marketing.....	109
23. Marketing leasingových služeb	113
24. Marketing poradenských služeb	116
25. Exportní marketing	119
Závěr	135
Seznam zkratk.....	139
Seznam literatury	141
Summary.....	149
Rejstřík.....	150