

Obsah

Úvod	5
1. Pochopení marketingového procesu	7
2. Proces marketingového plánování I	15
3. Proces marketingového plánování II	23
4. Zákazník a analýza	30
5. Analýza výrobku	36
6. Stanovení marketingových cílů a strategií	46
7. Plán komunikace I	55
8. Plán komunikace II	63
9. Analýza cen	69
10. Distribuční plán	78
11. Marketingové informace, předpovědi a organizace	85
12. Tvorba a zavádění marketingového plánovacího systému	95

