

OBSAH

ABSTRAKT	3
ABSTRACT	3
1 ÚVOD	5
2 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY	7
2.1 SLUŽBY A IT SLUŽBY	8
2.1.1 <i>Služby</i>	8
2.1.2 <i>IT služby, charakteristika, vývoj</i>	9
2.1.3 <i>Lidé v IT službách</i>	10
2.1.4 <i>Teorie řízení</i>	10
2.2 MARKETING SLUŽEB	11
2.3 INTERNÍ MARKETING	12
2.3.1 <i>Teoretická východiska interního marketingu</i>	13
2.3.2 <i>Základní směry interního marketingu ve vývojové linii</i>	14
2.3.3 <i>Implementace interního marketingu</i>	16
2.3.4 <i>Vztah HRM a IM</i>	17
2.4 SHRUTÍ	19
3 HYPOTÉZY A CÍLE DISERTAČNÍ PRÁCE	20
3.1 HYPOTÉZY DISERTAČNÍ PRÁCE	20
3.2 CÍLE DISERTAČNÍ PRÁCE	20
4 METODY A POSTUPY POUŽITÉ PŘI ZPRACOVÁNÍ DISERTAČNÍ PRÁCE	21
4.1 STRATEGIE A PLÁN DÍLČÍHO VÝZKUMU	21
5 HLAVNÍ VÝSLEDKY PRÁCE	23
5.1 MARKETING V IT FIRMÁCH – TRENDY	23
5.2 INTERNÍ MARKETING VE SLUŽBÁCH	24
5.3 INTERNÍ MARKETING V IT FIRMÁCH	25
5.4 CHÁPÁNÍ INTERNÍHO MARKETINGU MARKETINGOVÝMI MANAŽERY IT FIREM	27
5.5 INTERNÍ MARKETING V IT FIRMĚ XYZ	29
5.6 SHRUTÍ ZÁVĚRŮ VÝZKUMŮ	30
5.7 VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ	31
6 IMPLEMENTACE IM	33
6.1 NÁSTROJ PRO HODNOCENÍ IMPLEMENTACE INTERNÍHO MARKETINGU VE FIRMÁCH ..	33
6.2 PŘÍNOSY A BARIÉRY IMPLEMENTACE INTERNÍHO MARKETINGU	35
7 PŘÍNOSY DISERTAČNÍ PRÁCE	36
7.1 PŘÍNOSY PRO TEORII	36
7.2 PŘÍNOSY PRO PRAXI	36
7.3 PŘÍNOSY PRO PEDAGOGICKOU PRAXI	36
8 ZÁVĚR	37
9 LITERATURA	38
10 SEZNAM PUBLIKACÍ AUTORA	42
11 CV AUTORA	44