

OBSAH

ÚVOD.....	6
1 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY	7
2 CÍLE DISERTAČNÍ PRÁCE.....	9
3 METODY POUŽITÉ V DISERTAČNÍ PRÁCI.....	9
3.1 Hypotézy disertační práce	10
3.2 Postup řešení disertační práce	11
4 HLAVNÍ VÝSLEDKY PRÁCE	11
4.1 Souhrnný pohled na marketingové řízení českých firem	11
4.1.1 <i>Marketing a marketingové řízení obecně ve firmách v ČR</i>	12
4.1.2 <i>Nový marketing a nové marketingové prostředí</i>	16
4.1.3 <i>Elektronický marketing</i>	16
4.1.4 <i>Tradiční a „nový“ marketing</i>	18
4.2 Srovnání marketingového řízení malých, středních a velkých firem	20
4.2.1 <i>Elektronické formy marketingu</i>	23
4.2.2 <i>Shrnutí výsledků kvantitativního průzkumu</i>	24
4.3 Kvalitativní průzkum ve vybraných firmách ČR	25
4.3.1 <i>Shrnutí výsledků kvalitativního průzkumu</i>	26
5 PŘÍNOS PRÁCE PRO VĚDU A PRAXI.....	27
6 ZÁVĚR	28
7 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	30
8 PUBLIKACE AUTORA	34
8.1 Publikace v tuzemsku a na Slovensku.....	34
8.2 Cizojazyčné publikace v tuzemsku a na Slovensku	36
8.3 Publikace v zahraničí.....	37
8.4 Učební texty.....	37
9 CURRICULUM VITAE.....	38