

# OBSAH

<b>ABSTRAKT, ABSTRACT</b>	<b>3</b>
<b>ÚVOD</b>	<b>5</b>
<b>1 VÝVOJ A SOUČASNÝ STAV ZKOUMANÉ PROBLEMATIKY</b>	<b>6</b>
1.1 Vývoj pojetí a významu terciárního sektoru	6
1.2 Význam řízení kvality v tržním prostředí	7
1.3 Východiska pro disertační práci	9
<b>2 METODOLOGIE PRÁCE</b>	<b>10</b>
2.1 Cíle a hypotézy práce	10
2.2 Metody a postup práce	11
<b>3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA</b>	<b>12</b>
3.1 Služby	12
3.1.1 Definice služeb	12
3.1.2 Klasifikace služeb	13
3.1.3 Vlastnosti služeb	14
3.2 Výstupy disertační práce pro oblast teorie	14
3.2.1 Specifika marketingového řízení ve službách	14
3.2.2 Specifika managementu jakostí ve službách	17
3.2.3 Závěry pro systémy řízení kvality ve službách	18
3.2.4 Význam marketingového výzkumu pro management a marketing služeb	19
3.2.5 Společná východiska marketingu a managementu kvality služeb	19
<b>4 KVANTITATIVNÍ PRŮZKUM A KVALITATIVNÍ ANALÝZA U ČESKÝCH PODNIKŮ POSKYTUJÍCÍCH SLUŽBY</b>	<b>21</b>
4.1 Vlastní kvantitativní šetření	21
4.2 Závěry kvantitativních šetření	23
4.3 Kvalitativní analýza případových studií	25
<b>5 MODEL MARKETINGOVÉHO PLÁNOVÁNÍ FIREM SLUŽEB ZOHLEDŇUJÍCÍ ZÁSADY ŘÍZENÍ KVALITY</b>	<b>26</b>
<b>6 VERIFIKACE HYPOTÉZ</b>	<b>27</b>
<b>7 PŘÍNOSY PRÁCE A MOŽNOSTI JEJÍHO DALŠÍHO POKRAČOVÁNÍ</b>	<b>29</b>
7.1 Přínosy pro teorii, vědu a výzkum	29
7.2 Přínosy pro pedagogickou činnost	30
7.3 Přínosy pro praxi	30
<b>ZÁVĚR</b>	<b>31</b>
<b>LITERATURA</b>	<b>32</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ</b>	<b>37</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b>	<b>37</b>
<b>ŽIVOTOPIS AUTORKY</b>	<b>40</b>
<b>SEZNAM PUBLIKACÍ AUTORKY</b>	<b>41</b>