

OBSAH

Předmluva	5
1 Podstata a role marketingu.....	6
1.1 Definiční vymezení marketingu.....	6
1.1.1 Charakteristika marketingu	6
1.1.2 Vývoj podnikatelských koncepcí	7
1.2 Zákazník a současný marketing	9
1.2.1 Analýza zákazníka - fyzické osoby nebo domácnosti.....	9
1.2.2 Analýza zákazníka - právnické osoby	12
1.2.3 Zvláštnosti trhu podniků a organizací	13
1.2.4 Zvláštnosti obchodního trhu	13
1.2.5 Zvláštnosti trhu státních (rozpočtových) organizací a institucí.....	14
1.3 Směna a obchodní vztahy	14
1.3.1 Vývoj marketingu ve vztahu k zákazníkovi	14
2 Zákaznické a průmyslové trhy	16
2.1 Vnější a vnitřní činitele.....	16
2.1.1 Vnější vzdálené okolí (makrookolí)	16
2.1.2 Vnější blízké okolí (mikrookolí)	17
2.1.3 Porterovy síly	18
2.1.4 Vnitřní zdroje podniku.....	19
2.2 Management trhu	20
2.2.1 Charakteristika trhu	20
2.2.2 Segmentace trhu.....	21
2.2.3 Analýza konkurence	22
2.3 Marketingové analýzy.....	24
2.3.1 Výchozí analýza.....	24
2.3.2 SWOT analýza.....	25
2.3.3 Matice BCG.....	26
3 Produkty - výrobky a služby	28
3.1 Produkt a jeho charakteristika	28
3.1.1 Členění produktů	28
3.1.2 Vlastnosti produktu.....	29
3.1.3 Produktový mix	30
3.1.4 Produktová (výrobní) řada	31
3.1.5 Diverzifikace produktů	31
3.1.6 Kvalifikovaný popis produktu	31
3.2 Životní cyklus produktu.....	32
3.2.1 Křivka životního cyklu produktu	32
3.2.2 Zkušenostní křivka.....	35
3.3 Vývoj produktu	36
3.4 Specifické vlastnosti služeb	38
4 Cena a cenová politika	41
4.1 Strategie stanovení ceny	41
4.2 Metody stanovení ceny	44
4.3 Přizpůsobení ceny	46
4.4 Změna ceny.....	48
4.5 Reakce na cenové změny konkurence	48

5	Distribuce produktů na trhu.....	50
5.1	Prodejní cesty a organizace prodeje.....	50
5.2	Maloobchodní prodej.....	53
5.3	Velkoobchodní organizace.....	56
6	Marketingové informace, strategie a plánování.....	58
6.1	Informační soustava marketingu.....	58
6.1.1	Zdroje informací.....	58
6.1.2	Základní informační toky.....	62
6.2	Marketingové strategie.....	62
6.2.1	Základní marketingové strategie.....	63
6.2.2	Strategie podle pozice podniku na trhu.....	64
6.3	Marketingový plán.....	65
6.4	Marketingový mix.....	67
7	Marketingová komunikace.....	68
7.1	Význam komunikace a propagace.....	68
7.2	Logistika komunikace.....	71
7.3	Výběr a vlastnosti médií.....	72
7.4	Rozpočet na propagaci.....	73
7.5	Propagace a životní cyklus produktu.....	74
8	Marketing a moderní informační technologie.....	75
8.1	Elektronické podnikání a internet.....	75
8.2	Základní druhy elektronických obchodů.....	76
8.3	Internet a marketingový mix.....	77
	Použitá a doporučená literatura.....	79
	Slovník odborných pojmů a použitých zkratk.....	80