

Obsah

Část I. Základní koncepte marketingu	7
1. Úvod	7
2. Marketing a marketingové řízení	8
3. Typy trhů	10
Část II. Definování profilu (= profilování) spotřebitele	13
4. Typy analýz při profilování spotřebitele	13
5. Demografická analýza spotřebitelů: věková struktura	13
6. Demografická analýza: rozmístění a migrace obyvatelstva	17
7. Analýza finanční situace obyvatelstva	20
8. Marketingové řízení a ekologie	22
9. Ostatní složky marketingového makroprostředí	25
10. Doplnky k demografické a ostatní analýze makroprostředí	26
11. Psychologická analýza: studium chování spotřebitele	27
Část III. Marketingový výzkum, průzkum trhu	35
13. Obsah marketingového výzkumu	35
14. Základní typy marketingového výzkumu	38
15. Průzkum trhu	46
Část IV: Rozhodování o výrobku, výrobkový mix	55
16. Pojem „mixu“	55
17. Organizace marketingu a marketingový mix	55
18. Rozhodování o výrobcích	57
19. Úzký výrobní program (úzká výrobní linie)	59
20. Výrobní program založený na základním výrobku (linie základního výrobku)	62
21. Diverzifikovaný výrobní program (diverzifikovaná výrobní linie)	63
22. Výrobkový cyklus	64
23. Výzkum a vývoj výrobku	66
24. Fáze výzkumu a vývoje výrobku	68
25. Metody tvůrčího myšlení	68
26. Hodnotová analýza	71
27. Podíl na trhu a růst trhu	72
28. Bostonská matice a portfoliová analýza	72
Část V. Rozhodování o cenách	77
29. Metody stanovení ceny	77
30. Technika stanovení ceny	80
31. Speciální cenové strategie	84
Část VI. Podpora prodeje	87
32. Inzerce a reklama	88
33. Plánování inzerce a reklamy	90
34. Odborné reklamní agentury	91
35. Podpora prodeje	92
36. Regulace v oblasti propagace, inzerce a reklamy	93

37. Publicita a práce s veřejností („public relations“)	94
Část VII. Obchodní metody a obchodní operace	95
38. Proces prodeje a kategorie prodeje	95
39. Obchodní metody	100
40. Obchodní operace	101
Část VIII. Distribuční síť a distribuční kanály	103
41. Distribuční síť	103
42. Distribuční kanály	104
43. Typy maloobchodu	105
44. Fyzická distribuce	106
Část IX. Marketingová strategie a taktika	107
45. Marketingová strategie	107
47. Marketingová taktika	108
Část X. Konkretizace marketingového mixu	109