

Obsah

| | |
|--|-----------|
| Obsah | 5 |
| 1 Úvod | 9 |
| 2 Základní principy a význam marketingu (Foret, M.) | 11 |
| 2.1 Podnikatelské koncepce | 12 |
| 2.2 Shrnutí kapitoly a otázky | 14 |
| 3 Marketingové řízení (Foret, M.) | 15 |
| 3.1 Marketingové strategie | 16 |
| 3.2 Marketingový plán | 17 |
| 3.3 Shrnutí kapitoly a otázky | 18 |
| 4 Marketingové prostředí (Foret, M.) | 19 |
| 4.1 Analýza marketingového prostředí | 19 |
| 4.2 Shrnutí kapitoly a otázky | 23 |
| 5 Marketingová informační soustava (Foret, M.) | 24 |
| 5.1 Shrnutí kapitoly a otázky | 27 |
| 6 Marketingové postupy (Foret, M.) | 29 |
| 6.1 Chování zákazníků | 29 |
| 6.2 Segmentace trhu | 32 |
| 6.3 Shrnutí kapitoly a otázky | 34 |
| 7 Marketingový mix (Foret, M.) | 36 |
| 7.1 Produkt | 38 |
| 7.2 Cena | 40 |
| 7.3 Distribuce | 41 |
| 7.4 Propagace | 45 |
| 7.5 Shrnutí kapitoly a otázky | 48 |
| 8 Podstata mezinárodního marketingu (Foret, M.) | 50 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 8.1 | Shrnutí kapitoly a otázky..... | 57 |
| 9 | Marketing a kulturní odlišnosti Evropy (Světlík, J.) | 58 |
| 9.1 | Standardizace marketingových programů pro evropské trhy | 59 |
| 9.2 | Kulturní odlišnosti evropských zemí a strategie adaptace a lokalizace | 61 |
| 9.2.1 | Pojem kultura, kulturní prostředí..... | 62 |
| 9.2.2 | Měření kulturních rozdílů a kulturní distance evropských zemí | 66 |
| 9.3 | Shrnutí kapitoly a otázky..... | 70 |
| 10 | Trh Evropské unie a strategie vstupu (Světlík, J.) | 71 |
| 10.1 | Příležitosti a hrozby pro české firmy | 72 |
| 10.1.1 | Získávání informací o evropském trhu | 73 |
| 10.2 | Strategie vstupu na jednotný evropský trh..... | 76 |
| 10.2.1 | Analýza prostředí..... | 76 |
| 10.2.2 | Expanze na evropské trhy..... | 79 |
| 10.2.3 | Formy vstupu | 80 |
| 10.3 | Shrnutí kapitoly a otázky..... | 85 |
| 11 | Evropský spotřebitel (Světlík, J.) | 87 |
| 11.1 | Kulturní segmentace evropského trhu | 90 |
| 11.2 | Kultura a spotřební chování..... | 96 |
| 11.3 | Shrnutí kapitoly a otázky..... | 99 |
| 12 | Marketingový mix pro země EU (Světlík, J.) | 101 |
| 12.1 | Produkt..... | 101 |
| 12.1.1 | Značka výrobku..... | 103 |
| 12.1.2 | Země původu | 105 |
| 12.2 | Cena..... | 106 |
| 12.2.1 | Vztah ceny, kvality a země původu | 108 |
| 12.3 | Národní rozdíly v distribuci | 110 |
| 12.4 | Marketingová komunikace..... | 113 |

| | | |
|-----------|---------------------------------|------------|
| 12.4.1 | Reklama | 113 |
| 12.4.2 | Podpora prodeje | 119 |
| 12.4.3 | Public relations..... | 122 |
| 12.4.4 | Osobní prodej..... | 124 |
| 12.5 | Shrnutí kapitoly a otázky | 127 |
| 13 | Literatura | 129 |