

Obsah

Představení autorky	4
1 Úvod.....	6
2 Teoretická východiska práce a současný stav řešené problematiky	7
2.1 Vymezení MSP v ČR s ohledem na pivovarnické odvětví	7
2.2 Charakteristika pivovarnického odvětví v ČR.....	8
2.3 Vývoj minipivovarů v ČR.	10
2.4 Výstav českých minipivovarů	13
2.5 Marketingová komunikace v pivovarnickém odvětví s ohledem na minipivovary...	15
3 Hlavní a dílčí cíle habilitační práce.....	17
4 Marketingová komunikace v pivovarnickém odvětví v ČR s ohledem na minipivovary.	18
4.1 Využívání nástrojů marketingové komunikace minipivovarů v ČR	18
4.2 Analýza nástrojů marketingové komunikace minipivovarů shlukovou metodou	19
4.3 Důležitost nástrojů marketingové komunikace minipivovarů.....	24
4.4 Porovnání jednotlivých skupin nástrojů marketingové komunikace minipivovarů ..	27
5 Shrnutí hlavních výsledků.....	32
6 Přínos Habilitační práce pro vědu a praxi	36
6.1 Přínos pro oblasti teoretického a vědeckého poznání.....	36
6.2 Přínos pro podnikovou praxi	36
6.3 Přínos pro oblast pedagogickou.....	36
7 Závěr	37
Literatura	38
Abstrakt:	41