

## Obsah

	strana
<b>HODNOTA ZNAČKY aneb Může bezejmenný uspět?</b>	
Trendy v reklamě potravinových doplňků výživy Ing. Šárka Daňhelová	7
Metoda delfská jako nástroj pro získání expertních odhadů Ing. Monika Grasseová, Ph.D.	14
Řízení značky na rychloobrátkovém trhu Mgr. Katarína Kijonková	19
Faktorová analýza a její využití v marketingu Ing. Adéla Ramíková	26
Cesta k úspěšnosti podniku – vyprofilovanie vlastnej Corporate Identity Ing. Otilia Zorkóciová, PhD.	31
<b>INTERNACIONALIZACE OBCHODU aneb Jak jsme připraveni na vstup do EU?</b>	
Koncentrace obchodních struktur v České republice Ing. Radek Bím, Ing. Alena Filipová, Ing. Jiří Zeman	36
Diagnostika marketingovej adaptácie Slovenských podnikov Prof. PhDr. Elvíra Dudinská, Ph.D.	41
Globalizační proces a jeho důsledky pro obchod Doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.	43
The impact of EU – single market on competition (analysis of EU – based companies) Prof. Ing. Dagmar Lesáková, CSc.	47
Trendy procesního řízení nákupu v českých podnicích Dr. Ing. Xenie Lukoszová	51
Jednotný evropský trh – příležitost nebo hrozba pro české firmy? Ing. Jaroslav Světlík	56
Podnikatelské subjekty Moravskoslezského kraje a jejich připravenost na vstup České republiky do Evropské unie Ing. Šárka Vilamová, Ph.D.	62

**ZÁKAZNÍK DNEŠKA aneb Jak ho učinit spokojeným a věrným?**

Nákupní marketing v logistickém řetězci Doc. Ing. Marie Jurová, CSc.	68
Marketing vztahů v podmínkách veřejné vysoké školy Ing. Roman Kozel, Ph.D.	74
Nové trendy v marketingu na prelome tisícročia Prof. Ing. Dagmar Lesáková, CSc.	80
Spokojný zákazník – dominantný faktor obchodného úspechu Doc. RNDr. Alexander Mateides, CSc., Ing. Helena Čierna	84
Naplnit očekávání - předpoklad spokojenosti zákazníků ve službách Ing. Jana Ostrožná, Ph.D.	90
Zásobovací marketing v stavebnej firme Ing. Iveta Romancová, Ph.D.	96
Věrnost jako dlouhodobý efekt spokojenosti Doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.	101
CRM a bezpečnost dat a ochrana osobních údajů Dr. Ing. Hana Svobodová	109
Polskie gospodarstwa domowe na tle wybranych krajów Unii europejskiej Mgr. Katarzyna Warzecha	113
Český obchod a spotřebitel na přelomu tisíciletí Ing. Marcela Zamazalová	119

**EXTERNÍ MARKETINGOVÉ A OBCHODNÍ SLUŽBY aneb Sám  
nebo s partnerem?**

Pozice vybraných značek na trhu odborných marketingových a ekonomických časopisů Ing. Milada Marhounová, Ph.D., Ing. Šárka Velčovská, Ph.D.	125
---	-----

**DIGITALIZACE MARKETINGU A OBCHODU aneb Lze uspět s tradičními metodami v netradičním prostředí?**

Digitální televizní vysílání na prahu 3. tisíciletí Ing. Miluše Hluchníková, CSc., Ing. Zdeněk Pícek	136
Internet a možnosti jeho využití v podnikání Ing. Vít Nehněvajsa	141
Možnosti využití nových marketingových přístupů souvisejících s uplatňováním Internetu v marketingu v podnikové praxi Ing. Martina Steinová, Ph.D.	146
Aspekty elektronického obchodu Ing. Jakub Vaněk	152