

OBSAH POMŮCKY „MARKETING III, MARKETINGOVÉ PROJEKTY“

1 Základní informace.....	5
1.1 Klíčová slova.....	5
1.2 Rychlý náhled do problematiky.....	5
1.3 Komu je pomůcka určena.....	5
1.4 Minimální předchozí požadavky.....	6
1.5 Cíl předmětu.....	6
1.6 Čas potřebný ke studiu.....	6
2 Slovo úvodem.....	7
2.1 Struktura pomůcky.....	7
2.2 Jak pomůcku používat.....	7
2.3 Konzultace.....	7
2.4 Ukončení předmětu, klasifikace.....	7
2.5 Seznam použitých symbolů.....	8
3 Marketingové plánování, analýza bodu zvratu.....	9
3.1 Marketingové plánování.....	10
3.2 Analýza bodu zvratu.....	11
4 Řízení marketingových projektů.....	14
4.1 Plánování.....	15
4.2 Realizace procesu marketingového řízení.....	16
4.3 Kontrola procesu marketingového řízení.....	17
5 Marketingové projekty.....	22
5.1 Síťová analýza kritické cesty.....	23
5.2 Další definice marketingového projektu.....	24
5.3 Organizace marketingového projektu.....	26
5.4 Ganttův diagram (harmonogram).....	27
5.5 Financování marketingových projektů.....	28
6 Projektování distribučních marketingových cest.....	31
6.1 Distribuční cesty.....	32
7 Metody a kritéria pro hodnocení alternativních investičních možností.....	37
7.1 Investice v marketingu.....	38
7.2 Hodnocení efektivnosti investic.....	39
7.3 Metody hodnocení efektivnosti marketingové investice.....	40
7.4 Finanční analýza marketingových projektů.....	43
8 Distribuce jako nástroj marketingového mixu.....	48
8.1 Rozhodování o struktuře distribuční cest.....	49
8.2 Maloobchod.....	51
8.3 Velkoobchod.....	52
9 Marketingový komunikační proces a jeho složky.....	56
9.1 proces marketingové komunikace.....	57
9.2 Obecné etapy komunikování.....	58
10 CRM - Orientace podnikání 20. století.....	64
10.1 CRM - Customer Relationship Management.....	65
11 Marketingová strategie firmy a Internet.....	70
11.1 Internet - jeho historický vývoj.....	71
11.2 Úspěch firmy dnes není bez internetu možný.....	71
11.3 Internet - dobré rady obchodní komunikace.....	73
11.4 Co zajímá potenciální zákazníci.....	76
12 Reklama a Public Relations (podstata, funkce, využití).....	80

12.1 Propagace.....	81
12.2 Reklama.....	83
12.3 Public Relations.....	85
12.4 Podpora prodeje.....	86
12.5 Osobní prodej.....	87
13 Mezinárodní obchod.....	92
13.1 Absolutní a komparativní výhoda.....	93
13.2 Formy zahraničního obchodu.....	95
13.3 Celní zákon.....	95
13.4 Cla.....	95
13.5 Orgány celní správy ČR.....	96
13.6 Platební bilance.....	97
13.7 Obchodní bilance.....	97
14 Závěr.....	107
15 Přílohy.....	112
15.1 Tabulka normovaného normálního rozdělení (od - ∞ do - z).....	112
15.2 Tabulka normovaného normálního rozdělení (od - ∞ do + z).....	113
15.3 Poissonovo rozdělení.....	114
15.4 Poissonovo rozdělení.....	115
16 Tématické obsahy.....	116
16.1 Průvodce studiem.....	116
16.2 Úkol k zamýšlení.....	116
16.3 obrázky.....	117
16.4 Shrnutí, zdroje.....	117

PREZENČNÍ FOND
54 D 146771



Prac.
02/1/11 953

1569216
4671003