

Obsah

1. Cíle předmětu	3
2. Úvod	4
3. Strategická marketingová analýza	10
3.1. Interní analýza	10
3.1.1. Marketingový audit	10
3.1.2. Interní audit	12
3.1.3. SWOT analýza	13
3.2. Externí analýza	14
3.2.1. Analýza mikrookolí	14
3.2.2. Analýza makrookolí	16
4. Marketingový výzkum	18
4.1. Účel marketingového výzkumu	18
4.2. Oblasti marketingového výzkumu	19
4.3. Proces marketingového výzkumu	20
5. Stanovení marketingových cílů, výběr marketingových strategií a jejich realizace	22
5.1. Poslání podniku	22
5.2. Segmentace trhu, zacílení a umístění na trhu	23
5.3. Formulace marketingové strategie	25
5.4. Výběr a realizace marketingových strategií	26
6. Závěr	29