

## OBSAH

<b>1. Úvod do problematiky marketingu</b> .....	5
1.1. Základní pojmy používané v marketingu .....	6
1.2. Marketingové řízení .....	8
1.3. Management a marketing .....	10
1.4. Orientace firmy na trh .....	10
1.5. Přechodné období .....	11
<b>2. Trhy</b> .....	12
2.1. Analýza spotřebních trhů a kupního chování .....	14
2.2. Poznávání konkurence .....	16
2.3. Měření a předpovídání poptávky trhu .....	18
2.4. Identifikace tržních segmentů .....	19
<b>3. Životní cyklus produktu</b> .....	20
3.1. Etapa zavádění .....	23
3.2. Etapa růstu .....	24
3.3. Etapa zralosti .....	25
3.4. Etapa poklesu .....	28
3.5. Koncepce vývoje trhu .....	29
3.6. Lidský jedinec a jeho životní cyklus .....	31
3.7. Marketingový mix .....	32
3.8. V které etapě životního cyklu má firma „startovat“? .....	32
3.9. Chování spotřebitele v průběhu životního cyklu produktu .....	33
<b>4. Marketingový mix</b> .....	34
4.1. Produkt .....	34
4.1.1. Produktové řady, značky, balení .....	35
4.1.2. Služby .....	38
4.2. Cena .....	40
4.3. Distribuce .....	46
4.3.1. Aplikace managementu na distribuční cestě .....	49
4.3.2. Uloha jednotlivých firem na distribuční cestě .....	50
4.3.3. Řízení systému maloobchodu, velkoobchodu a fyzické distribuce .....	51

4.3.4. Fyzická distribuce .....	56
4.4. Komunikace .....	56
<b>5. Marketingové prostředí.....</b>	<b>64</b>
5.1. Subjekt, operující v marketingovém prostředí .....	64
5.2. Členění marketingového prostředí.....	67
5.2.1. Marketingové prostředí.....	67
5.2.2. Marketingové makroprostředí .....	67
<b>6. Proces marketingového plánování .....</b>	<b>68</b>
6.1. Východiska marketingového plánování .....	68
6.2. Druhy plánů.....	69
6.2.1. Smysl, či poslání .....	70
6.2.2. Úkoly nebo cíle .....	71
6.2.3. Strategie.....	71
6.2.4. Taktiky .....	71
6.2.5. Postupy .....	72
6.2.6. Pravidla .....	72
6.2.7. Programy .....	72
6.2.8. Rozpočty .....	72
6.3. Plánování obchodů firmy .....	72
6.3.1. Intenzivní růst .....	73
6.3.2. Integrovaný růst .....	73
6.3.3. Diverzifikační růst.....	73
6.4. Úloha řízení v marketingu .....	73
<b>7. Marketingové informace, předpovědi a organizace.....</b>	<b>74</b>
7.1. Druhy marketingového výzkumu .....	75
7.2. Zpravodajský systém o trhu .....	76
7.3. Organizační systém.....	77
<b>8. Charakteristické rysy vybraných trhů .....</b>	<b>77</b>
8.1. Průmyslový trh.....	78
8.2. Obchodní trh.....	79
8.3. Státní trh .....	79
8.4. Finanční trh (Ing. Ladislav Černý) .....	80

## Přílohy:

(Doc. Ing. Svatopluk Mareš, CSc.)

1. Firma CHS Czechia, s.r.o.....	87
2. Firma Claudia Bradle .....	94
3. Marketingový plán hotelu VILLA BUTERFLY .....	99
4. Firma TENAX s.r.o.....	104
5. REALIZAČNÍ REZUMÉ .....	109
<b>Literatura .....</b>	<b>125</b>