

Obsah

1	Úvod	1
2	Co je to marketing	2
3	Marketingový proces	3
3.1	Marketingové prostředí.....	3
3.2	Marketingové řízení.....	4
3.3	Marketingový informační systém.....	5
3.4	Marketingový výzkum	6
3.4.1	Základní směry výzkumu	7
3.4.2	Metody výzkumu	8
3.5	Marketingové cíle	9
3.6	Marketingová strategie	10
3.7	Marketingový plán.....	10
3.8	Marketingový mix a inovace.....	12
3.8.1	Product	12
3.8.2	Distribuce.....	13
3.8.3	Price	13
3.8.4	Place	14
3.8.5	Promotion.....	14
4	CRM (Customer Relationship Management)	21
5	Jak na marketing VaV prakticky	24
5.1	Proč chceme cílovým skupinám něco marketingově sdělovat?	25
5.2	Co chceme cílovým skupinám sdělit?.....	27
6	Jak prodat inovace	29
6.1	Přístupy k managementu inovací	30
6.2	Funkce marketingu ve výzkumné organizaci.....	31
6.3	Vedení obchodního jednání	33
6.4	Identifikace cílového zákazníka	37
6.5	Konkurenční výhoda	39
7	Komericializace výzkumu a vývoje	40
7.1	Fungování CTT	40
7.2	Programy podporující komericializaci	42
7.3	Komericializace a podpora spolupráce VO s aplikační sférou.....	43
7.4	Podpora komericializace v aplikačním sektoru	45
7.5	Infrastruktura VaV a inovací.....	45
8	Závěr	48
9	Seznam zkratk	49
10	Zdroje informací	50
	Seznam obrázků	52