

Obsah

Předmluva	7
1 Charakteristika malého a středního podniku	9
1.1 Malé a střední podniky v EU	15
1.2 Malé a střední podniky v ČR	16
1.3 Globální trhy a malé a střední podniky	20
2 Vybrané marketingové pojmy a přístupy	22
2.1 Řízení vztahů se zákazníky	22
2.1.1 Marketingové řízení v režimu CRM	25
2.2 Zákazník	25
2.3 Segmentace a zacílení	30
2.3.1 Segmentace trhů a zákazníků	30
2.3.2 Marketingové zacílení	35
2.4 Marketing a marketingový mix	38
2.4.1 Potřeby a přání zákazníků	40
2.4.2 Tvorba ceny výrobku a cenové strategie	45
2.4.3 Dostupnost výrobků a služeb	49
2.5 Komunikace se zákazníky	52
2.5.1 Elektronická komunikace (e-business)	58
2.5.2 Typy kampaní marketingové komunikace a jejich plánování	60
2.6 Marketingové výzkumy	69
2.6.1 Teorie výzkumu trhů	69

2.6.2	Prostředí marketingových výzkumů	74
2.7	Marketingové plánování	80
2.7.1	Teorie marketingového plánování	80
3	Strategie v malém a středním podniku	82
3.1	Strategické řízení malého a středního podniku	83
3.1.1	Marketingová a obchodní strategie	85
3.1.2	Finanční strategie	85
3.1.3	Výrobní strategie	86
3.1.4	Personální strategie	88
3.2	Význam a posloupnost oborových strategií	88
4	Marketingové řízení malého a středního podniku	90
4.1	Tvorba marketingové politiky	92
4.2	Marketingové výzkumy v malých a středních podnicích	94
4.3	Marketingové a obchodní plánování v malých a středních podnicích	97
4.3.1	Marketingový plán malého a středního podniku	97
4.3.2	Obchodní plán malého a středního podniku	118
4.4	Řízení obchodních aktivit v malém a středním podniku	123
4.4.1	Řízení obchodních případů	123
4.4.2	Řízení očekávaných prodejů	124
4.4.3	Řízení obchodních pohledávek	127
4.4.4	Řízení obchodních vztahů se zákazníky	131
4.5	Inovace a kvalita v marketingovém řízení malého a středního podniku	134
4.5.1	Role marketingových útvarů v inovačních aktivitách	134
4.5.2	Řízení kvality jako marketingový nástroj	136
5	Internet jako marketingové médium	143
5.1	Internet jako marketingový nástroj malého a středního podniku	143

5.2 Internet jako pracovní nástroj malého a středního podniku	147
5.3 Podnikový komunikační systém na bázi internetu	147
Příloha: Marketingový a obchodní plán společnosti Beta, s. r. o.	149
Použitá literatura	170