

OBSAH

Úvod	13
1 Marketing — odborný termín	19
1.1 Pojem marketingu	21
1.2 Vznik a rozšírenie marketingu vo svete a v ČSFR	22
1.3 Definícia marketingu	24
1.4 Druhy marketingu	26
1.5 Princípy marketingu	31
1.6 Základné zložky marketingu a ich vzájomný vzťah	34
1.7 Čo nové nám prináša marketing?	35
2 Trh — východisko a cieľ marketingu	39
2.1 Pojem a členenie (segmentácia) trhu	41
2.2 Faktory trhu — forma vzťahov subjektov	43
2.3 Predmet činnosti trhu — tovar a služba	55
2.4 Základné zložky trhu a ich charakteristika	57
2.5 Trhový mechanizmus	66
2.6 Pozitívne a negatívne úlohy trhu	67
3 Výskum trhu — nosný stĺp marketingu	73
3.1 Pojem, členenie a charakteristika	75
3.2 Podstata a význam výskumu trhu	78
3.3 Metodický model výskumu trhu	81
4 Nástroje aktivizácie ponuky	85
4.1 Reklama, pojem, definícia, zásady	87
4.2 Úlohy reklamy	93
4.3 Účinnosť reklamy a problémy jej merania	99
4.4 Public relations (PR)	105

4.5 Servis — obchodno-technické služby	110
Záver	119
Výber z literatúry	123
Niečo z odbornej terminológie	129