

OBSAH

OBSAH	3
1 VÝCHODISKA DISERTAČNÍ PRÁCE A ÚVOD DO PROBLEMATIKY	5
1.1 MARKETING A JEHO MODERNÍ POJETÍ.....	5
1.2 CRM: VYMEZENÍ A DEFINICE PÉČE O ZÁKAZNÍKY	6
2 CÍLE DISERTAČNÍ PRÁCE.....	7
3 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY	8
3.1 PROSTŘEDÍ BUSINESS TO BUSINESS.....	9
3.2 INFORMAČNÍ SYSTÉMY CRM.....	10
4 ŘEŠENÍ A VÝSLEDKY DISERTAČNÍ PRÁCE.....	12
4.1 IDENTIFIKACE FIREMNÍCH PROCESŮ A INFORMAČNÍCH TOKŮ	12
4.2 ZAVÁDĚNÍ KONCEPCE CRM.....	13
4.3 MĚŘENÍ ÚROVNĚ CRM	15
4.4 ŘÍZENÍ VZTAHŮ SE ZÁKAZNÍKY V GLOBÁLNÍM TRŽNÍM PROSTŘEDÍ	18
5 SHRNTÍ DISERTAČNÍ PRÁCE A JEJÍCH PŘÍNOSŮ.....	19
5.1 PŘÍNOS PRO ROZVOJ VĚDECKÉHO POZNÁNÍ	20
5.2 PŘÍNOSY PRO PRAXI	21
LITERATURA.....	23
CURRICULUM VITAE.....	26
PUBLIKAČNÍ ČINNOST.....	28
ABSTRACT.....	29