

# OBSAH

<b>Zoznam obrázkov</b>	<b>7</b>
<b>Zoznam tabuliek</b>	<b>8</b>
<b>Predslov</b>	<b>9</b>
<b>1 Marketing neziskových organizácií</b>	<b>11</b>
1.1 Vymedzenie podstaty marketingu v neziskovom sektore	11
1.1.1 Špecifiká marketingu v neziskovom sektore	12
1.1.2 Neziskový marketing	14
1.1.3 Sociálny marketing	17
1.2 Cieľové trhy neziskových organizácií	24
1.3 Analytické marketingové procesy	27
1.3.1 Analýza marketingového prostredia	27
1.3.2 Marketingový informačný systém	35
1.4 Konceptné marketingové procesy – marketingový plán	40
1.5 Realizačné marketingové procesy – marketingový mix	47
1.5.1 Produkt	50
1.5.2 Cena	54
1.5.3 Distribúcia	56
1.5.4 Marketingová komunikácia	58
1.5.5 Rozšírený marketingový mix	67
1.6 Kontrolné marketingové procesy	67
Zhrnutie	73
Otázky na zopakovanie	74
Literatúra	75
<b>2 Marketing športu</b>	<b>81</b>
2.1 Vymedzenie podstaty marketingu športu	83
2.2 Špecifiká marketingu športu	86
2.3 Marketingový mix v športe	89
2.3.1 Produkt	90
2.3.2 Cena	93
2.3.3 Distribúcia/Miesto	98
2.3.4 Marketingová komunikácia	101

2.3.5 Ľudia/Osobnosti	109
2.3.6 Fyzické prostredie	115
2.4 Sponzorstvo v športe	119
Zhrnutie	138
Otázky na zopakovanie	140
Literatúra	140
<b>3 Marketing kultúry</b>	<b>148</b>
3.1 Vymedzenie podstaty marketingu kultúry	148
3.2 Marketingové modely v kultúre	153
3.2.1 Tradičný marketingový model	154
3.2.2 Colbertov individualizovaný marketingový model	156
3.2.3 Zákazkový marketingový model	158
3.3 Marketingový mix kultúrnych organizácií	160
3.3.1 Produkt	161
3.3.2 Cena	166
3.3.3 Distribúcia	171
3.3.4 Marketingová komunikácia	174
3.3.5 Ľudia/osobnosti	181
3.3.6 Fyzické prostredie/miesto	183
Zhrnutie	187
Otázky na zopakovanie	189
Literatúra	190
<b>Záver</b>	<b>195</b>