

PŘEDMLUVA	3
1 ZÁKLADNÍ ÚLOHA A FUNKCE MARKETINGU	5
1.1 Co můžeme o marketingu slyšet	5
1.2 Co tedy marketing opravdu je?	6
1.3 Vývojové fáze managementu a změna základních principů podnikatelské politiky	7
1.4 Definice marketingu	11
1.5 Vývoj marketingové orientace	14
1.6 Postavení marketingu ve firmě	17
1.7 Individualizace vztahů v marketingu	20
1.8 Sociální odpovědnost firmy a marketing	23
2 NOVÉ SMĚRY V MARKETINGU	29
2.1 Vývoj marketingu	29
2.2 Online marketing	30
2.3 Nástroje online marketingu	32
2.4 Nové trendy v marketingu	49
3 MARKETINGOVÝ SYSTÉM ŘÍZENÍ	63
3.1 Marketingový management	63
3.2 Oblast marketingových analýz	65
3.3 Analýza trhu	66
3.4 Analýza konkurence	69
3.5 Analýza zákazníků	71
3.6 Analýza distribuce	71
3.7 Analýza makroprostředí – širšího okolí	71
3.8 Interní analýza	72
3.9 SWOT analýza	72
3.10 Výběr strategických jednotek marketingového plánování	73
3.11 Vlastní plánovací proces – analytické metody	74
3.12 Základní strategické směry	78
3.13 Plánování opatření	83
3.14 Kontroloing	85

4	MARKETINGOVÝ VÝZKUM A INFORMACE	87
4.1	Marketingová informační soustava	88
4.2	Marketingový výzkum	92
4.3	Metody a techniky marketingového výzkumu	103
4.4	Výzkum spotřebitele	111
4.5	Cílové trhy a jejich segmentace	124
5	PRODUKT (PRODUCT)	133
5.1	Produkt a jeho charakteristiky	133
5.2	Produktová politika	136
5.3	Sortimentní politika	153
5.4	Servisní politika	156
6	DISTRIBUCE (PLACE)	160
6.1	Distribuce	160
6.2	Obchod a jeho rozdělení	161
6.3	Distribuční cesty zboží	164
6.4	Typy velkoobchodu	169
6.5	Sklady	172
6.6	Typologie maloobchodních jednotek	173
6.7	Internetový obchod	183
7	CENA (PRICE)	188
7.1	Cenová politika	189
7.2	Politika smluvních podmínek – tzv. kondiční politika	208
8	MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE (PROMOTION)	212
8.1	Charakteristika marketingové komunikace	212
8.2	Marketingová komunikace jako komunikační proces	222
8.3	Rozpočet na marketingové komunikace	228
8.4	Tvorba komunikačního mixu	229
8.5	Média a jejich využití v marketingu	230
8.6	Měření účinků marketingové komunikace	242
8.7	Společenská odpovědnost marketingové komunikace	250
	PŘÍKLADY – ZADÁNÍ	255