

OBSAH

	Úvod	5
1	Co je to marketing	6
1.1	Definice marketingu	6
1.2	Základní podnikatelské koncepce	7
1.3	Služby a marketing	8
2	Obsah marketingu	10
2.1	Prostředí marketingu	10
2.1.1	Vnitřní prostředí	11
2.1.2	Vnější prostředí	11
2.2	Marketingový informační systém	14
2.3	Chování kupujícího	15
2.3.1	Rozdíly v nákupním chování	16
2.4	Pojem trh a jeho členění	16
2.4.1	Segmentace trhu	17
2.4.2.	Cílený marketing	17
2.4.3	Hromadný marketing	18
2.4.4	Tržní formy	18
2.5	Marketingový mix.	18
2.6	Marketingové plánování	19
3	Marketing vzdělávání	20
3.1	Podstata služeb	20
3.1.1	Specifické vlastnosti služeb	20
3.1.2	Kvalita služeb	21
3.1.3	Marketingové pojetí služeb.	22
3.1.4	Prostředí trhu vzdělávání dospělých	23
3.1.4.1	Analýza trhu vzdělávání dospělých	25
4	Marketingový mix aplikovaný na oblast vzdělávání dospělých	28
4.1	Produkt	28
4.1.1	Analýza produktu	29
4.1.2	Mix výrobek služba	30
4.1.3	Závěr k prvku marketingového mixu produkt.	31
4.2	Propagace	32
4.3	Místo	33
4.3.1	Závěry k marketingovému prvku místo.	34
4.4	Cena	34
4.4.1	Metody tvorby ceny	34
4.4.2	Cenová politika	35
4.4.3	Závěr k marketingovému prvku cena.	35
4.5.	Lidé	36
4.5.1	Zákazníci	36
4.5.2	Personál	37
4.5.3	Závěr k marketingovému prvku lidé	38
5	Marketingový plán	39
5.1	Požadavky na sestavení marketingového plánu	40
5.2.	Obsah marketingového plánu.	41
	Závěr	45
	Seznamy	46