

OBSAH:

PŘEDMLUVA	7
ÚVOD	9
I. STRATEGICKÝ MARKETING	13
1. Vymezení pojmu marketing, strategie a strategické plánování	13
2. Strategický marketing v brand managementu	21
Přesycenost portfolií značek	21
Racionalizace portfolia značek	30
II. MARKETINGOVÉ PLÁNOVÁNÍ	43
1. Marketingové plánování	43
Formulace marketingových cílů a strategií	45
Proces marketingového plánování	48
III. ZÁVĚR	59
IV. SLOVNÍK MARKETINGOVÝCH POJMŮ	63
SEZNAM LITERATURY A ZDROJŮ	103