

# Obsah

<b>1. Marketing</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1 Definice</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2 Model plánovacího procesu v marketingu</b> .....	<b>6</b>
1.2.1. Analýza současné situace na trhu .....	6
1.2.2. Stanovení marketingových cílů .....	8
1.2.3. Vytvoření vhodné marketingové strategie.....	8
1.2.4. Stanovení postupu realizace strategie .....	9
1.2.5. Hodnocení a postup kontroly .....	9
<b>2. Trh s biopotravinami</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Faktory ovlivňující trh s biopotravinami</b> .....	<b>10</b>
2.1.1. Poptávka po biopotravinách .....	10
2.1.2. Příjmy .....	11
2.1.3. Ceny biopotravin .....	11
2.1.4. Informovanost zákazníků.....	12
2.1.5. Nabídka biopotravin .....	12
<b>2.2 Formy prodeje</b> .....	<b>13</b>
2.2.1. Přímý prodej .....	14
2.2.2. Zprostředkovaný odbyt .....	21
2.2.3. Podpora prodeje biopotravin.....	26
<b>3. Doporučená literatura</b> .....	<b>39</b>