

OBSAH

| | |
|--|-----------|
| Předmluva | 5 |
| Úvod | 7 |
| 1. KAPITOLA | |
| Produkt a produktový mix jako marketingové kategorie. | |
| Základní oblasti rozhodování o produktovém mixu | 9 |
| Seznam klíčových pojmů 1. kapitoly | 19 |
| Kontrolní otázky k 1. kapitole | 19 |
| 2. KAPITOLA | |
| Marketingové pojetí inovací produktů (nových produktů) | 20 |
| 2.1 Členění inovací produktů z hlediska marketingové struktury komplexního produktu | 20 |
| 2.2 Členění inovací produktů podle stupně jejich novosti | 21 |
| 2.3 Inovace produktů jako součást celkového inovačního procesu v podniku | 28 |
| 2.4 Efekty inovací | 33 |
| 2.5 Rizika spojená s tvorbou inovací produktů | 35 |
| Seznam klíčových pojmů 2. kapitoly | 40 |
| Kontrolní otázky ke 2. kapitole | 40 |
| 3. KAPITOLA | |
| Marketingový výzkum v procesu tvorby inovací produktů | 42 |
| Seznam klíčových pojmů 3. kapitoly | 54 |
| Kontrolní otázky ke 3. kapitole | 55 |
| 4. KAPITOLA | |
| Některé metody (postupy, techniky) v oblasti rozhodování o produktovém mixu jako východiska tvorby inovací produktů .. | 56 |
| 4.1 Komplexní situační analýza | 57 |
| 4.1.1 Analýza vnějšího prostředí (okolí) podniku | 58 |
| 4.1.2 Analýza vnitřního prostředí podniku | 90 |
| 4.1.3 Vyhodnocování a integrace výsledků analýz vnějšího a vnitřního prostředí podniku s využitím metody SWOT a metody SPACE | 94 |
| 4.2 Analýza životního cyklu produktu | 108 |
| 4.3 Analýzy produktového (podnikatelského) portfolia s využitím (na základě) metody BCG a metody GE | 135 |
| Seznam klíčových pojmů 4. kapitoly | 155 |
| Kontrolní otázky ke 4. kapitole | 155 |

| | |
|--|-----|
| 5. KAPITOLA | |
| Typy marketingových strategií a tvorba inovací produktů | 157 |
| 5.1 Členění strategií s využitím Porterova přístupu | 160 |
| 5.2 Členění strategií s využitím Ansoffova modelu růstu (Produktově-tržní matice) | 163 |
| 5.3 Členění strategií podle míry agresivity podniku v oblasti inovací produktů | 170 |
| Seznam klíčových pojmů 5. kapitoly | 175 |
| Kontrolní otázky k 5. kapitole | 175 |
| 6. KAPITOLA | |
| Etapy procesu tvorby (vývoje, uskutečňování) inovací produktů | 177 |
| 6.1 Získávání a vyhodnocování námětů (nápadů, idejí) na inovace produktů | 182 |
| 6.2 Tvorba a ověřování (testování, hodnocení) koncepce nového produktu | 186 |
| 6.3 Tvorba a ověřování fyzické podoby (prototypu) nového produktu | 188 |
| 6.4 Testování nových produktů na trhu | 190 |
| 6.5 Komericializace nového produktu | 194 |
| Seznam klíčových pojmů 6. kapitoly | 196 |
| Kontrolní otázky k 6. kapitole | 197 |
| 7. KAPITOLA | |
| Efektivní organizační struktury pro tvorbu inovací produktů | 198 |
| Seznam klíčových pojmů 7. kapitoly | 212 |
| Kontrolní otázky k 7. kapitole | 212 |
| Seznam literatury | 213 |