

OBSAH

7	-----	Úvod
		První část
9	-----	MARKETINGOVÁ VÝCHODISKA
9	-----	I/ Marketing v našem podnikání?
11	-----	<i>Marketingová filozofie?</i>
19	-----	II/ Základní pojmy a historický vývoj
22	-----	III/ Marketingové řízení
22	-----	<i>Analýza příležitostí na trhu</i>
25	-----	<i>Marketingová strategie</i>
27	-----	<i>Výběr cílových trhů</i>
32	-----	<i>Vypracování marketingového mixu</i>
34	-----	IV/ Produkt
43	-----	V/ Cena
48	-----	VI/ Distribuce
		Druhá část
53	-----	MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE
54	-----	VII/ Propagace
57	-----	<i>Reklama</i>
73	-----	<i>Podpora prodeje</i>
75	-----	<i>Osobní prodej</i>
77	-----	<i>Public relations (vztahy s veřejností)</i>
84	-----	<i>Direct marketing</i>
87	-----	VIII/ Marketingová komunikace
93	-----	Cena jako nástroj marketingové komunikace se zákazníkem

97	- - - - -	IX/	Komunikace v mezinárodním marketingu
99	- - - - -		<i>Marketingová komunikace v mezinárodním cestovním ruchu</i>
			Třetí část
103	- - - - -		MARKETINGOVÝ VÝZKUM
103	- - - - -	X/	Marketingový informační systém (MIS)
106	- - - - -	XI/	Marketingový výzkum
117	- - - - -		<i>Techniky marketingového výzkumu</i>
124	- - - - -		<i>Marketingový výzkum v zahraničí</i>
125	- - - - -		<i>Konkrétní příklady</i>
133	- - - - -		Závěr
135	- - - - -		Příloha