

OBSAH:

ing. Vojtěch Kocourek

STRATEGIE MARKETINGU 4

doc. Ing. Jozef Strišš, PhD,

**MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA AKO FAKTOR, OVPLYVŇUJÚCI KVALITU
PREPRAVNÝCH SLUŽIEB 9**

doc. Ing. Antonín Stehlík, CSc.

VIRTUALIZACE TRHŮ A NÁSLEDNÉ PŘEPRAVNÍ SLUŽBY 14

Ing. Petr Gregor

VLIV VÝLUKOVÝCH ČINNOSTÍ NA PŘEPRAVU CESTUJÍCÍCH 19

Doc. Ing. Pavel Šaradín, CSc.

ORIENTACE NA ZÁKAZNÍKA JAKO MANAŽERSKÁ ČINNOST 25

Ing. Ivo Drahotský, Ph. D.

**MARKETING V DOPRAVĚ, EKONOMICKÝ ROZVOJ V ČR, EKONOMICKÉ
NÁSTROJE NA PODPORU PODNIKÁNÍ 30**

Ing. Petr Průša, Ph. D.

E-MARKETING PŘEPRAVNÍCH SLUŽEB 35

Doc. Ing. Rudolf Kampf, CSc.

ANALÝZA FIRMY NA PRAHU JEDNOTNÉHO TRHU EU 40

Ing. Tomasz Zawada

ZAVEDENÍ NOVÉ PŘEPRAVNÍ SLUŽBY DLE PŘÁNÍ ZÁKAZNÍKŮ 45