

OBSAH:

1. Strategické řízení a plánování jako podmínka rozvoje podniku	8
1.1 Základní marketingové koncepce.....	9
1.2 Základní pojmy.....	12
1.3 Principy strategického plánování.....	14
2. Proces strategického plánování.....	18
2.1 Kroky strategického plánovacího procesu.....	18
2.2 Vize, poslání (mise), cíle.....	22
2.3 Marketingová situační analýza podniku.....	27
3. Analýza konkurenčního prostředí podniku.....	38
3.1 Identifikace konkurenta, analýza jeho předností a slabin, určení specifických vlastností.....	38
Identifikace konkurence.....	38
Sběr informací o konkurenci.....	39
Určení specifických vlastností.....	41
3.2 Porterův model pěti konkurenčních sil.....	44
3.3 Teorie tržních forem.....	48
4. Odhad reakce konkurenta a konkurenční strategie	54
4.1 Odhad reakce konkurenta.....	54
4.2 Konkurenční strategie.....	56
Porterovy konkurenční strategie.....	56
4.3 Strategie z hlediska tržní pozice.....	59
5. Strategie na podnikové úrovni.....	66
5.1 Růstové strategie.....	66
Ansoffovy růstové strategie.....	67
5.2 Stabilizační strategie.....	69
5.3 Zvratové strategie (turnaround).....	71
5.4 Útlumové strategie a ukončení podnikání.....	72
6. Marketingové strategie.....	76
6.1 Výrobní strategie.....	77
6.2 Cenové strategie.....	81
6.3 Distribuční strategie.....	84
6.4 Komunikační strategie.....	87
Závěrečná úloha	93
Závěr	93
Klíč k autokorektivním úlohám.....	94