

## OBSAH

	Předmluva .....	1
1.	MANAGEMENT A MARKETING .....	2
1.1.	Základní charakteristika managementu .....	2
1.2.	Cílovost řízení .....	4
1.3.	Stanovení cílů .....	7
1.4.	Vývojové fáze managementu a změna základních principů podnikatelské politiky .....	9
2.	IDEA MARKETINGU .....	13
2.1.	Definice marketingu .....	13
2.2.	Obecná platnost marketingu .....	17
2.3.	Charakteristiky marketingu .....	20
3.	VÝZKUM TRHU .....	22
3.1.	Charakteristika základních elementů, kterými je definován trh .....	24
3.2.	Struktura trhu .....	24
3.3.	Charakteristiky tržní síly .....	27
3.4.	Marketingový informační systém .....	28
3.5.	Metody vlastního výzkumu .....	32
3.6.	Uplatnění testů .....	36
3.7.	Vyhodnocování získaných dat .....	37
3.8.	Analýza trhu .....	37
3.9.	Analýza chování poptávajícího .....	39
3.10.	Analýza konkurence .....	46
3.11.	Analýza distribuce .....	48
3.12.	Analýza širšího okolí .....	49
3.13.	Vnitřní analýza .....	52
3.14.	Marketingové prognózy a segmentace trhu .....	54
4.	NÁSTROJE MARKETINGOVÉ POLITIKY .....	57
5.	VÝROBKOVÁ, SORTIMENTNÍ A SERVISNÍ POLITIKA .....	61
5.1.	Výrobová politika .....	61
5.2.	Sortimentní politika .....	77
5.3.	Servisní politika .....	79
6.	KONTRAKTAČNÍ POLITIKA .....	81
6.1.	Cenová politika .....	81
6.2.	Kondiční politika .....	89
7.	KOMUNIKAČNÍ POLITIKA .....	91
7.1.	Reklama .....	95
7.2.	Product placement .....	100
7.3.	Sponzorství .....	100
7.4.	Přímá komunikace .....	100
7.5.	Osobní prodej .....	101

(ii)

7.6.	Podpora prodeje .....	102
7.7.	Vztahy k veřejnosti - public relations .....	102
7.8.	Politika korporální identity (corporate identity policy) .....	103
7.9.	Komplexní pojetí komunikační politiky .....	105
8.	<b>DISTRIBUČNÍ POLITIKA</b> .....	108
8.1.	Odbytová politika .....	109
8.2.	Prodejní politika .....	116
9.	<b>MARKETINGOVÝ MIX</b> .....	122
10.	<b>KOMPLEXNÍ MARKETINGOVÁ STRATEGIE</b> .....	127
11.	<b>STATISTICKÉ METODY A MARKETING</b> .....	137
11.1.	Elementární zpracování dat .....	137
11.2.	Rozdělení četností .....	138
11.3.	Základní charakteristiky jednorozměrných rozdělení .....	140
11.4.	Relativní četnost a pravděpodobnost .....	142
11.5.	Testování významnosti mezi středními hodnotami .....	144
11.6.	Koncentrace dat .....	144
11.7.	Chí-kvadrát testy .....	146
11.8.	Regrese a korelace .....	149
12.	<b>SAMOSTATNÉ ZOPAKOVÁNÍ STUDOVANÉ PROBLEMATIKY</b> .....	152
12.1.	Otázky k zopakování .....	152
12.2.	Praktické příklady .....	155
	<b>LITERATURA</b> .....	162