

OBSAH

ÚVOD.....	7
1 CHARAKTERISTIKA A ZÁKLADNÉ POJMY MARKETINGU	9
1.1 Prečo je marketing v podniku dôležitý.....	9
1.2 Definícia marketingu	11
1.3 Vznik marketingu	12
1.4 Hlavné vývojové etapy marketingu.....	14
1.5 Základné pojmy marketingu	15
1.6 Marketingová koncepcia a stratégia	18
Otázky na zopakovanie	19
2 ZÁKLADNÉ MARKETINGOVÉ STRATEGICKÉ ROZHODNUTIA.....	20
2.1 Základné strategické rozhodnutia.....	20
2.2 Segmentácia - stanovenie cieľovej skupiny zákazníkov	21
2.3 Výber cieľovej skupiny zákazníkov	23
2.4 Stanovenie trhovej pozície.....	24
2.5 Marketingový mix	26
2.6 Marketingové prostredie podniku	27
Otázky na zopakovanie	31
3 NÁKUPNÉ SPRÁVANIE SPOTREBITEĽOV	32
3.1 Faktory ovplyvňujúce nákupné správanie.....	32
3.2 Marketingový model spotrebiteľského správania	33
3.3 Nákupný proces spotrebiteľa	34
3.4 Nákupné správanie organizácií	35
Otázky na zopakovanie	37
4 PRODUKT	38
4.1 Produkt ako pojem.....	38
4.2 Štruktúra produktu.....	40
4.3 Proces tvorby produktovej stratégie.....	41
4.4 Produktový mix	45
4.5 Životný cyklus produktu	46
4.6 Vývoj nového produktu.....	49
4.7 Služba ako produkt.....	51
Otázky na zopakovanie	52

5 CENA.....	53
5.1 Cena v marketingu	53
5.2 Faktory ovplyvňujúce výšku ceny.....	54
5.3 Marketingová tvorba ceny	58
5.4 Cenové stratégie	61
Otázky na zopakovanie	66
6 DISTRIBÚCIA	67
6.1 Distribučné cesty.....	67
6.2 Konvenčné odbytové cesty	70
6.3 Zmluvné odbytové cesty	72
6.4 Distribučné stratégie	74
6.5 Typy predajcov	75
6.6 Logistika v distribúcii	76
Otázky na zopakovanie	77
7 MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA.....	78
7.1 Nástroje marketingovej komunikácie	78
7.2 Postup pri tvorbe marketingovej komunikácie.....	80
7.3 Reklama.....	82
7.4 Podpora predaja.....	86
7.5 Public relations.....	89
7.6 Osobný predaj.....	93
7.7 Priamy marketing.....	95
7.8 Marketingová komunikácia prostredníctvom nových médií	96
7.9 Nové trendy v marketingovej komunikácii	98
Otázky na zopakovanie	100
8 ĎALŠIE NÁSTROJE MARKETINGOVÉHO MIXU	101
8.1 Prostredie	101
8.2 Ľudia	102
8.3 Procesy	103
Otázky na zopakovanie	104
9 MARKETINGOVÝ INFORMAČNÝ SYSTÉM A MARKETINGOVÝ VÝSKUM	105
9.1 Marketingový informačný systém.....	105
9.2 Marketingový výskum	107
9.3 Zdroje a metódy zberu údajov marketingového výskumu	109

Otázky na zopakovanie	112
10 MARKETINGOVÉ STRATEGICKÉ PLÁNOVANIE	113
10.1 Dôvody marketingového plánovania	113
10.2 Podniková vízia, misia a ciele	114
10.3 Plánovania podnikateľského portfólia	116
10.4 Podniková stratégia.....	118
10.5 Plánovanie funkčných stratégií	120
10.6 Situačná analýza.....	121
10.7 Marketingový plán podniku	122
Otázky na zopakovanie	124
11 MEDZINÁRODNÝ MARKETING.....	125
11.1 Špecifiká zahraničného marketingu	125
11.2 Spôsoby expanzie na zahraničné trhy.....	126
11.3 Voľba medzinárodného marketingového mixu	128
Otázky na zopakovanie	129
12 Marketing vo vzdelávacích inštitúciách	130
12.1 Dôvody používania marketingu vo vzdelávacích inštitúciách	130
12.2 Definícia marketingu vzdelávacej inštitúcie.....	131
12.3 Marketingová stratégia vzdelávacej inštitúcie.....	132
12.4 Marketingový mix vzdelávacej inštitúcie	134
12.5 Ostatné nástroje marketingového mixu školy	137
Otázky na zopakovanie	138
13 Politický marketing.....	139
13.1 Definícia politického marketingu	139
13.2 Stratégia politického marketingu.....	140
13.3 Marketingový mix v politickom marketingu.	141
13.4 Nástroje komunikačného mixu	143
13.5 Aplikácia marketingového výskumu	144
Otázky na zopakovanie	145
14 Osobný marketing	146
14.1 Stratégia osobného marketingu.....	146
14.2 Marketingový mix osobného marketingu	147
Otázky na opakovanie	149
15 MARKETING A NOVÉ KOMUNIKAČNÉ TECHNOLOGIE.....	150

15.1 Výhody nových technológií v marketingu	150
15.2 Segmentácia v prostredí nových technológií	151
15.3 Marketingový mix v prostredí nových technológií.....	152
15.4 Databázy.....	155
15.5 Marketing zdieľanej ekonomiky.....	155
Otázky na zopakovanie	156
16 Marketing a spoločnosť.....	157
16.1 Spoločenská kritika marketingu	157
16.2 Etické a právne aspekty marketingu.	159
Otázky na zopakovanie	160
ZÁVER	161
POUŽITÁ LITERATÚRA	162