

OBSAH

Úvod	3
Případová studie č. 1: Vybrané principy tvorby marketingového plánu	5
Případová studie č. 2 : Marketingová strategie Jihočeských mlékáren, a.s.	10
Případová studie č. 3 : Marketingová strategie podniku PEKAST, spol. s r.o.	20
Případová studie č. 4 : Výrobní politika firmy ATEST	24
Případová studie č. 5 : Stanovení optimální struktury výrobního sortimentu firmy	27
Případová studie č. 6 : Umístění výrobku na trh	29
Případová studie č. 7 : Cenová politika produktu	30
Případová studie č. 8 : Metody stanovení ceny	32
Případová studie č. 9 : Určení optimální prodejní ceny při zavádění nového produktu	34
Případová studie č. 10 : Distribuce ve firmě Rudolf Jelínek, a.s.	36
Případová studie č. 11 : Distribuce ve spotřebních družstvech, distribuční strategie v Jednotě, SD České Budějovice po listopadu 1989	40
Případová studie č. 12 : Stanovení konkurenční výhody	45
Případová studie č. 13 : Využití internetu v komunikační strategii	50
Případová studie č. 14 : Případy porušování zákona o reklamě a etického kodexu	53
Případová studie č. 15 : Podpora prodeje na příkladu benzinových čerpacích stanic	56
Případová studie č. 16 : SPT Telecom, a.s. "Jak komunikovat se sdělovacími prostředky"	58
Případová studie č. 17 : Vybrané problémy trhu piva na domácím a zahraničním trhu	63
Literatura	67

