

## Obsah

Úvod .....	5
1. Společenské základy marketingu .....	6
1.1. <i>Smysl a poslání marketingu</i> .....	6
1.2. <i>Základní pojmy marketingu</i> .....	8
2. Marketingový vývoj .....	15
3. Marketingové řízení .....	18
3.1. <i>Strategické plánování</i> .....	20
3.1.1. <i>Fáze plánování</i> .....	20
3.1.2. <i>Typy plánování</i> .....	29
3.1.3. <i>Obsah marketingového plánu</i> .....	30
3.2. <i>Úloha marketingu ve firmě</i> .....	35
3.2.1. <i>Typy marketingových organizací</i> .....	35
4. Marketingové prostředí .....	48
4.1. <i>Účastníci mikroprostředí</i> .....	44
4.1.1. <i>Vnější mikroprostředí</i> .....	46
4.2. <i>Vliv makroprostředí</i> .....	48
4.2.1. <i>Demografické vlivy</i> .....	48
4.2.2. <i>Ekonomické vlivy</i> .....	50
4.2.3. <i>Přírodní vlivy</i> .....	50
4.2.4. <i>Sociální a kulturní vlivy</i> .....	51
4.2.5. <i>Politické a právní vlivy</i> .....	52
4.2.6. <i>Technologické vlivy</i> .....	52
5. Model chování spotřebitele .....	54
5.1. <i>Vlivy ovlivňující spotřebitele</i> .....	57
5.2. <i>Kupní rozhodování</i> .....	61
5.3. <i>Etapy kupního rozhodovacího procesu</i> .....	62
5.4. <i>Chování organizace</i> .....	67
6. Marketingový informační systém .....	69
6.1. <i>Marketingový výzkum</i> .....	70
7. Segmentace trhu .....	83
7.1. <i>Výběr cílových trhů</i> .....	83
7.2. <i>Faktory ovlivňující segmentaci trhu</i> .....	86
7.3. <i>Vyhodnocování trhů a předvídaní prodeje</i> .....	90
8. Nástroje marketingu (marketingový mix) .....	92
9. Výrobek .....	95
9.1. <i>Klasifikace výrobku</i> .....	96
9.2. <i>Životní cyklus výrobku</i> .....	100

9.3. Rozvoj a řízení výrobku .....	109
9.3.1. Rozhodování o značce .....	109
9.3.2. Rozhodování o balení .....	110
9.3.3. Rozhodování o službách podporujících koupi výrobku.....	111
9.4. Řízení výrobního mixu .....	111
9.5. Fáze vývoje nového výrobku .....	113
10. Cena .....	117
10.1. Stanovení cílů cenové politiky .....	120
10.2. Zjišťování poptávky .....	121
10.3. Odhad nákladů .....	123
10.4. Analýza N, cen a nabídek konkurentů .....	125
10.5. Výběr metody tvorby cen .....	126
10.6. Výběr konečné ceny .....	127
10.7. Přizpůsobování ceny .....	128
11. Distribuce .....	130
11.1. Distribuční kanály .....	130
11.2. Stupně distribuce .....	134
11.3. Konflikty v distribuci .....	135
11.4. Dynamika marketingových cest .....	136
11.5. Velkoobchod .....	138
11.5.1. Třídění velkoobchodů .....	140
11.6. Maloobchod .....	143
11.6.1. Atmosféra prodeje .....	143
11.6.2. Třídění maloobchodů .....	144
12. Komunikace (Promotion) .....	149
12.1. Reklama .....	152
12.2. Osobní prodej .....	156
12.3. Public relations .....	157
12.4. Podpora prodeje .....	159
12.5. Přímý marketing .....	161
13. Internacionální marketing .....	164
13.1. Internacionální průzkum trhu .....	167
13.2. Proces internacionalizace a způsoby vstupu na zahraniční trh .....	168
Závěr .....	175
Seznam použité literatury .....	176