

# Obsah

Úvod	7
1. Pochopení marketingového procesu	9
2. Proces marketingového plánování I	17
3. Proces marketingového plánování II	25
4. Zákazník a analýza	32
5. Analýza výrobku	38
6. Stanovení marketingových cílů a strategií	48
7. Plán komunikace I	57
8. Plán komunikace II	65
9. Analýza cen	71
10. Distribuční plán	80
11. Marketingové informace, předpovědi a organizace	87
12. Tvorba a zavádění marketingového plánovacího systému	97