

## OBSAH

1	Marketingové řízení.....	5
1.1	Strategické plánování .....	8
1.1.1	Charakteristika činností ve strategickém plánování .....	9
1.2	Marketingové plánování .....	20
1.3	Realizace .....	24
1.3.1	Implementace.....	24
1.3.2	Organizace marketingu .....	25
1.4	Kontrola.....	28
2	MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	33
2.1	Úloha marketingového informačního systému.....	33
2.2	Charakteristika marketingového výzkumu.....	36
2.2.1	Formy výzkumu.....	37
2.3	Metodika výzkumného procesu.....	39
2.4	Techniky sběru informací .....	41
2.5	Metody šetření .....	48
3	MARKETINGOVÝ MIX.....	52
3.1	Alternativní marketingové mixy.....	54
3.2	Výrobek jako nástroj marketingu .....	56
3.2.1	Marketingové pojetí výrobku .....	57
3.2.2	Inovace a nové výrobky v marketingu .....	60
3.2.3	Životní cyklus výrobku.....	70
4	Marketingová komunikace .....	78
4.1	Komunikační mix .....	78
4.1.1	Komunikace.....	78
4.1.2	Prvky komunikačního mixu.....	78
4.2	Integrovaný marketing .....	90
4.3	Důsledky špatně zvolené IMK .....	93
5	Internet a jeho dopady v marketingu .....	96
5.1	Historie Internetu .....	96
5.2	Využití statistik.....	110
5.3	Využití cookies .....	110
6	Marketing služeb .....	114
6.1	Nestálost .....	116
6.2	Neskladovatelnost.....	117
6.2.1	Třídění služeb .....	118
6.2.2	Marketingový mix služeb .....	120
6.2.3	Vztah zákazníka a služby .....	122
6.2.4	Marketingová strategie organizací poskytující služby .....	124
6.2.5	Zabezpečení jakosti služeb .....	126