

Obsah :

Předmluva	3
Obsah	5
1. Trh - základní východisko marketingu	7
1.1. Trh a marketing	7
1.2. Historické etapy vývoje trhu	13
1.3. Moderní trh a jeho členění	16
1.4. Specifika trhu v ČSFR	21
2. Marketing a jeho vývoj	25
2.1. Historický vývoj podnikatelských filosofii	26
2.2. Podstata marketingu	34
2.3. Moderní marketingové koncepce	38
2.4. Teritoriální zvláštnosti marketingové filosofie	42
3. Marketingový mix - základ marketingového managementu ..	47
3.1. Výrobek a výrobní politika	49
3.1.1. Definice výrobku a výrobní koncepce	49
3.1.2. Cyklus tržní životnosti výrobku	61
3.1.3. Výrobní politika	65
3.1.4. Výrobní strategie	66
3.1.5. Varianty novosti výrobku a vývoj nového výrobku ...	68
3.2. Cena a cenová politika	71
3.2.1. Metody tvorby cen	72
3.2.2. Cenová pružnost poptávky	77
3.2.3. Cenová politika	79
3.2.4. Cenová strategie	80

3.3. Distribuce	84
3.3.1. Distribuční kanály	84
3.3.2. Funkce distribučních kanálů	86
3.3.3. Organizace distribučních kanálů	87
3.3.4. Tvorba distribučních kanálů	90
3.3.5. Maloobchod a velkoobchod	92
3.4. Podpůrné aktivity	98
3.4.1. Marketingová komunikace	98
3.4.2. Základní formy marketingových podpůrných aktivit	104
Použitá literatura	116