

Obsah

Předmluva	5
1 Řízení komerční pojišťovny v podmínkách pojistného trhu	7
1.1 Funkce komerční pojišťovny	8
1.2 Manažerské funkce	10
1.3 Strategické řízení komerční pojišťovny	16
1.4 Specifika řízení komerční pojišťovny na pojistném trhu ČR	24
1.5 Tendence změn v komerční pojišťovně na počátku 21. století	45
2 Marketingové řízení komerční pojišťovny	55
2.1 Současný stupeň teoretického rozpracování marketingového řízení komerční pojišťovny podle domácí i zahraniční odborné literatury	55
2.2 Základní a dílčí strategie komerční pojišťovny, marketingová strategie	59
2.3 Marketingové řízení komerční pojišťovny	61
2.4 Marketingová analýza	65
2.5 Formulace poslání, cílů a strategie, výběr strategie	73
2.6 Vybrané strategie komerční pojišťovny v procesu strategického řízení	75
2.7 Marketingové plánování	89
2.8 Realizace marketingového plánu	91
2.9 Kontrola plnění marketingového plánu	93
2.10 Řízení vztahů se zákazníky (Customer Relationship Management)	95
2.11 Měření efektivnosti marketingového řízení	98
2.12 Modelování pozitivní response marketingové kampaně	104
3 Marketing služeb a marketingový mix	115
3.1 Marketing služeb	115
3.2 Zvýšení kvality služeb	117
3.3 Pojistný produkt	118
3.4 Cena za pojistnou ochranu	120
3.5 Distribuce pojistného produktu	122
3.6 Propagace a reklama – komunikační mix	124
3.7 Lidé v marketingu	129
3.8 Materiální prostředí a procesy	133
3.9 Mezinárodní marketingová komunikace	139
3.10 Účtování marketingových aktivit	141
4 Současný stav marketingového řízení komerčních pojišťoven na pojistném trhu České republiky	146
4.1 Charakteristika příčin současného stavu v pojistné praxi komerčních pojišťoven při uplatňování marketingového řízení	152
4.2 Analýza vybraných aspektů marketingového řízení komerčních pojišťoven na pojistném trhu České republiky	155
4.3 Analýza organizačních struktur	157
4.4 Hodnocení formulace a výběru tržních strategií	158

5	Možnosti využití marketingu v procesu řízení komerční pojišťovny.....	165
5.1	Změny tržního podílu komerčních pojišťoven na pojistném trhu ČR.....	167
5.2	Existence útvaru marketingu v organizační struktuře.....	168
5.3	Využití marketingu v procesu řízení komerční pojišťovny.....	169
5.4	Stav provádění marketingového výzkumu	171
5.5	Preference vybraných tržních strategií	172
5.6	Profesní připravenost marketingových zaměstnanců	181
6	Návrh postupu vrcholového managementu komerční pojišťovny v procesu marketingového řízení.	184
6.1	Proces marketingového řízení zaměřený na pojistné produkty životního pojištění.....	186
6.2	Modelový příklad výběru alternativních tržních strategií fiktivní komerční pojišťovnou „Alfa, a.s.“.....	192
	Seznam použité literatury.....	199
	Příloha.....	3