

Obsah

1. Úvod do marketingu	1
1.1. Vymezení podstaty marketingu.....	1
1.2. Historie a teoretické základy marketingu.....	3
1.3. Základní podnikatelské koncepce a společenská kritika marketingu.....	5
1.4. Nové techniky a tendence v marketingu	6
1.5. Mezinárodní aspekty marketingu	7
2. Marketingový mix (marketing mix)	11
2.1. Marketingový mix a jeho nástroje.....	11
2.2. Součásti marketingového mixu „4 P“	12
2.3. Charakteristika „4 C“ a „4 S“	14
2.4. Specifika marketingového mixu vybraných oborů	15
3. Marketingová komunikace (promotion)	20
3.1. Teorie komunikace	20
3.2. Terminologie marketingové komunikace.....	23
3.3. Komunikační proces a základní formy komunikace	27
3.4. Komunikační mix	34
4. Strategie marketingové komunikace.....	37
5. Faktory ovlivňující komunikační strategii.....	48
5.1. Strategie Push a Pull.....	48
5.2. Produkt a životní cyklus produktu.....	49
5.3. Brand management.....	52
5.4. Obal a balení produktů	56
6. Reklama (Advertising).....	61
6.1. Formy reklamy	62
6.2. Regulace reklamy	65
6.3. Právní úpravy reklamy ve vybraných státech.....	68
6.4. Plánování reklamy a hodnocení efektivnosti (účinnosti)	70
7. Podpora prodeje (Sales promotion)	77
8. Osobní prodej (Personal selling).....	84

9. Public relations (PR).....	89
9.1. Funkce a nástroje PR.....	90
9.2. Zaměření základních skupin činností PR.....	93
9.3. Profesionální organizace PR a etický kodex.....	105
10. Přímý marketing (Direct marketing).....	108
10.1. Vymezení pojmu přímý marketing.....	108
10.2. Druhy a nástroje přímého marketingu.....	113
10.3. Měření odezvy DM.....	116
11. Komunikace na mezinárodních trzích.....	120
11.1. Internacionální marketing a jeho využití.....	120
11.2. Specifika marketingové komunikace v mezinárodním prostředí.....	124
Přílohy.....	1
<i>Příloha č. 1: Životní cyklus marketingu.....</i>	<i>2</i>
<i>Příloha č. 2: Historický exkurz do dějin reklamy.....</i>	<i>5</i>
<i>Příloha č. 3: Vybraná pravidla pro komunikaci se sdělovacími prostředky.....</i>	<i>6</i>
<i>Příloha č. 4: Komunikace v krizových situacích.....</i>	<i>8</i>
<i>Případová studie č. 1: Příklady efektivity, EFFIE – kampaň RAMA.....</i>	<i>10</i>
<i>Případová studie č. 2: Příklady efektivity, EFFIE – kampaň OSPAP.....</i>	<i>18</i>