

# Obsah

<b>PŘEDMLUVA</b> .....	7
<b>1. ÚVOD DO STRATEGICKÉHO MARKETINGU A JEHO ZÁKLADNÍ KATEGORIE</b> .....	9
1.1 Strategie a marketingová strategie .....	11
1.2 Řízení a strategické marketingové řízení .....	12
1.3 Plánování a strategické marketingové plánování .....	13
1.4 Marketing a strategický marketing .....	14
<b>2. STRATEGICKÝ ŘÍDICÍ PROCES</b> .....	17
2.1 Strategický řídicí proces – východisko pro marketingové řízení .....	18
2.2 Definování poslání podniku .....	21
2.3 Specifikace cílů podniku a vyslovení zásadního strategického směru .....	23
2.4 Identifikace příležitostí podniku .....	27
<b>3. STRATEGICKÝ MARKETINGOVÝ PROCES</b> .....	29
3.1 Podstata strategického marketingového procesu .....	30
3.2 Etapy procesu .....	31
<b>4. STRATEGICKÝ MARKETINGOVÝ PROCES: PLÁNOVACÍ ETAPA</b> .....	33
4.1 Marketingová situační analýza .....	34
4.2 Stanovení marketingových cílů .....	50
4.3 Formulování marketingových strategií .....	54
4.4 Sestavení marketingového plánu .....	80
<b>5. STRATEGICKÝ MARKETINGOVÝ PROCES: REALIZAČNÍ ETAPA</b> .....	119
5.1 Úkoly realizační etapy .....	120
5.2 Vlastní realizace marketingového plánu .....	124
5.3 Vytvoření efektivní marketingové organizace .....	128
<b>6. STRATEGICKÝ MARKETINGOVÝ PROCES: KONTROLNÍ ETAPA</b> .....	139
6.1 Klíčové skutečnosti kontrolní etapy .....	140
6.2 Proces realizační kontroly .....	143
<b>LITERATURA</b> .....	149
<b>REJSTŘÍK</b> .....	150