

OBSAH	
Předmluva	5
1 Podstata a role marketingu	6
1.1 Definiční vymezení marketingu	6
1.1.1 Charakteristika marketingu	6
1.1.2 Vývoj podnikatelských koncepcí	7
1.2 Zákazník a současný marketing	9
1.2.1 Analýza zákazníka - fyzické osoby nebo domácnosti	9
1.2.2 Analýza zákazníka - právnické osoby	12
1.2.3 Zvláštnosti trhu podniků a organizací	13
1.2.4 Zvláštnosti obchodního trhu	13
1.2.5 Zvláštnosti trhu státních (rozpočtových) organizací a institucí	14
1.3 Směna a obchodní vztahy	14
1.3.1 Vývoj marketingu ve vztahu k zákazníkovi	14
2 Zákaznické a průmyslové trhy	16
2.1 Vnější a vnitřní činitele	16
2.1.1 Vnější vzdálené okolí (makrookolí)	16
2.1.2 Vnější blízké okolí (mikrookolí)	17
2.1.3 Porterovy síly	18
2.1.4 Vnitřní zdroje podniku	19
2.2 Management trhu	20
2.2.1 Charakteristika trhu	20
2.2.2 Segmentace trhu	21
2.2.3 Analýza konkurence	22
2.3 Marketingové analýzy	24
2.3.1 Výchozí analýza	24
2.3.2 SWOT analýza	25
3 Produkty - výrobky a služby	27
3.1 Produkt a jeho charakteristika	27
3.1.1 Členění produktů	27
3.1.2 Vlastnosti produktu	28
3.1.3 Produktový mix	29
3.1.4 Produktová (výrobní) řada	30
3.1.5 Diverzifikace produktů	30
3.1.6 Kvalifikovaný popis produktu	30
3.2 Životní cyklus produktu	31
3.2.1 Křivka životního cyklu produktu	31
3.2.2 Zkušební křivka	34
3.3 Vývoj produktu	35
4 Cena a cenová politika	37
4.1 Strategie stanovení ceny	38
4.2 Metody stanovení ceny	40
4.3 Přizpůsobení ceny	43
4.4 Změna ceny	45
4.5 Reakce na cenové změny konkurence	45
5 Distribuce produktů na trhu	46
5.1 Prodejní cesty a organizace prodeje	46

5.2 Maloobchodní prodej.....	49
5.3 Velkoobchodní organizace.....	53
6 Marketingové informace, strategie a plánování.....	54
6.1 Informační soustava marketingu.....	54
6.1.1 Zdroje informací.....	54
6.1.2 Základní informační toky.....	56
6.2 Marketingové strategie.....	56
6.2.1 Základní marketingové strategie.....	57
6.2.2 Strategie podle pozice podniku na trhu.....	58
6.3 Marketingový plán.....	59
6.4 Marketingový mix.....	61
7 Marketingová komunikace a moderní informační technologie.....	62
7.1 Marketingová komunikace.....	62
7.1.1 Význam komunikace a propagace.....	62
7.1.2 Logistika komunikace.....	65
7.1.3 Výběr a vlastnosti médií.....	66
7.2 Vliv moderních informačních technologií 21. století na marketing.....	67
7.2.1 Elektronické obchodování.....	67
7.2.2 Internet a marketingový mix.....	68
7.2.3 Základní typy činností na Internetu.....	68
8 Marketingové aplikace.....	69
8.1 Politický marketing.....	69
8.2 Marketing služeb.....	74
8.3 Marketing v bankovníctví.....	77
8.4 Marketing v pojišťovnictví.....	86
Použitá a doporučená literatura.....	92
Slovník odborných pojmů a použitých zkratk.....	93