

OBSAH

1. Úvod	5
2.1 Marketing – definice a základní pojmy	7
2. Úvod do marketingu	7
2.2 Marketing jako proces	13
2.3 Marketingové koncepce	16
2.4 Nové marketingové trendy	18
3. Marketingový mix	23
4. Produkt (kniha)	25
4.2 Typy knih	26
4.2 Struktura knihy	27
4.4 Nejčastější typy paratextů	47
4.5 Epitextové útvary	55
4.6 Čtenář a paratexty	57
4.4 Životní cyklus knihy	58
4.5 Značka	61
4.6 Balení produktu knihy	63
5. Cena	65
6. Prostředí	77
6.1 Segmenty knižního trhu – mikroprostředí	83
6.2 Struktura knižního trhu – makroprostředí	103
7. Cílový zákazník	109
7.1 Dětský příjemce	112
7.2 Dospělý příjemce	116
8. Komunikace	119
8.1 Základní cíle marketingové komunikace	119
8.2 Základní součásti marketingového mixu	121
8.3 Proces marketingové komunikace	126
9. Marketingový výzkum	133
9.1 Marketingový výzkum	133
9.2 Marketingové výzkumy knižního trhu	135
Studijní a použitá literatura	139