

O b s a h

	strana
1. Pojetí, vývoj a význam marketingu .....	7
2. Pojetí marketingového managementu v podniku .....	11
3. Základní kategorie marketingu podniku .....	20
3.1 Trh, potřeba, poptávka .....	20
3.2 Matematický model poptávky .....	23
3.3 Determinanty a nositelé nákupního chování ekonomických subjektů .....	29
4. Organizace marketingu v podniku .....	35
5. Tvorba marketingové strategie podniku .....	49
5.1 Situační marketingová analýza .....	51
Marketingový strategický výzkum trhu .....	53
Identifikace možností podniku - prostoru pro marketingové strategické manévrování .....	61
5.2 Cíle marketingové strategie .....	74
5.3 Koncipování, volba a hodnocení marketingových strategických variant .....	83
Literatura.....	90
Přílohy.....	91