OBSAH:

PŘEDMLUVA 7

ÚVOD 9

I. MARKETING A MARKETING MANAGEMENT 11
1. Vymezení pojmu marketing 11
1.1. Význam marketingu pro laickou veřejnost 11
1.2. Význam marketingu pro firmy a organizace 12
1.3. Definice marketingu 14
2. Marketing management a strategické procesy 19
2.1. Marketing management 19
2.2. Strategické plánování v marketingu a budování značky ... 20
2.3. Modely marketingových mixů 23
2.4. Cíle, předmět a základní principy marketingu 26

II. MANAGEMENT HOLISTICKÉ MARKETINGOVÉ FIRMY 31
1. Co je holistická marketingová koncepce? 31
1.1. Transformace marketingu ve vnitřním prostředí firmy .. 31
1.2. Složky holistického marketingu 32
2.1. Vztahový marketing 36
2.2. Integrovaný marketing 47
2.3. Interní marketing 55
2.4. Společensky odpovědný marketing 56

III. ZÁVĚR 61

IV. FUNDAMENTÁLNÍ MARKETINGOVÉ POJMY 65
1. Fundamentální marketingové pojmy 65

SEZNAM LITERATURY A ZDROJŮ 107