

Obsah

1. ÚVOD DO MARKETINGU SLUŽIEB

- 1.1. Definícia a význam marketingu v službách
- 1.2. Historický vývoj marketingu
- 1.3. Základné charakteristiky a úlohy marketingu služieb
- 1.4. Marketingová stratégia podniku služieb
- 1.5. Nástroje marketingu v službách

Zoznam použitej literatúry

2. MARKETING A TRH

- 2.1. Strategické plánovanie podniku služieb
- 2.2. Vonkajšie a vnútorné aspekty marketingu služieb
- 2.3. Analýza zákazníka a analýza konkurencie
- 2.4. Strategické plánovanie marketingu služieb
- 2.5. Marketingová taktika a kontrola riadenia

Zoznam použitej literatúry

3. RIADENIE MARKETINGOVÝCH INFORMÁCIÍ

- 3.1. Marketingový informačný systém
- 3.2. Marketingový výskumný systém
- 3.3. Meranie a prognózovanie dopytu na trhu
- 3.4. Segmentácia trhu a umiestňovanie služby na trhu

Zoznam použitej literatúry

4. SPRÁVANIE SA ZÁKAZNÍKOV NA TRHU

- 4.1. Nákupné správanie sa na trhu
- 4.2. Základné typy zákazníkov
- 4.3. Systém riadenia zákazníckych vzťahov

Zoznam použitej literatúry

5. NÁSTROJE MARKETINGU V SLUŽBÁCH

- 5.1. Produkt ako základný nástroj marketing

- 5.2. Distribučné kanály
- 5.3. Cena a cenotvorba
- 5.4. Marketingová komunikácia
- 5.5. Nástroje marketingovej komunikácie
- 5.6. Elektronická podpora nástrojov marketingu

Zoznam použitej literatúry

6. UPLAŇOVANIE MEDZINÁRODNÉHO MARKETINU V SLUŽBÁCH

- 6.1. Všeobecné aspekty uplatňovania medzinárodného marketingu
- 6.2. Špecifické znaky medzinárodného marketingu v službách

Zoznam použitej literatúry