

OBSAH

ZOZNAM OBRÁZKOV	8
ZOZNAM SCHÉM	9
ZOZNAM TABULIEK	10
ÚVOD	11
1 PRIEMYSELNÝ MARKETING	13
1.1 Základné charakteristiky priemyselnej výroby. Priemysel v Slovenskej republike a v Európskej únii	13
1.2 Špecifiká priemyselného marketingu	24
1.3 Vybrané prístupy a postupy aplikácie marketingu v priemyselných odvetviach Literatúra	32 45
2 MARKETING ENERGETICKY ÚSPORNÝCH PRODUKTOV A PROJEKTOV	46
2.1 Energetická politika Slovenskej republiky	48
2.2 Energetická politika Európskej únie	50
2.3 Špecifiká marketingu energetických úspor, úsporných produktov a projektov	52
2.4 Komunikačná stratégia	56
2.5 Konkurencia a konkurenčná stratégia	59
2.6 Príklad energeticky úsporného projektu	60
Literatúra	63
3 MARKETING PODNIKOV PÔSOBIACICH V SIEŤOVÝCH ODVETVIACH	65
3.1 Základná charakteristika sieťových odvetví	65
3.2 Vodárenstvo ako sieťové odvetvie	67
3.2.1 Celosvetový pohľad na vodárenstvo	68
3.2.2 Vodárenstvo v Slovenskej republike	69
3.3 Podstata marketingu v podnikoch pôsoiacich vo vodárenskom odvetví	73
3.3.1 Charakter trhu a konkurencie vo vodárenskom odvetví	73
3.3.2 Špecifické postavenie ceny ako marketingového nástroja vo vodárenskom odvetví	75
3.4 Uplatnenie vybraných marketingových nástrojov vo vodárenskom odvetví	77
3.4.1 Segmentácia a analýza zákazníkov vodárenských spoločností	77
3.4.2 Služby vodárenských spoločností	80
3.4.3 Marketingový prieskum	83
3.4.4 Mystery shopping	83
3.4.5 Komunikácia so zákazníkmi	84
3.4.6 Kontaktní zamestnanci	85

3.4.7	Marketingové plánovanie	85
3.4.8	Organizácia marketingu	86
	Literatúra	86
4	MARKETING V AGROPOTRAVINÁRSTVE	88
4.1	Východiská agropotravinárstva	88
4.2	Agropotravinársky marketing a špecifiká marketingu v agropotravinárskom priemysle	94
4.3	Marketingový mix v agropotravinárstve	101
	Literatúra	111
5	MARKETING V STAVEBNÍCTVE A NA TRHU NEHNUTEĽNOSTÍ	113
5.1	Postavenie stavebníctva v národnom hospodárstve Slovenskej republiky	113
5.2	Stavebníctvo v Európskej únii	117
5.3	Špecifiká stavebníctva	119
5.4	Marketingové prostredie	123
5.5	Marketingový mix v stavebníctve	125
5.6	Charakteristika trhu nehnuteľností – realitného trhu	130
5.7	Špecifiká trhu nehnuteľností	134
5.8	Marketingový mix na trhu nehnuteľností	137
	Literatúra	142
6	MARKETING VO FARMÁCII	145
6.1	Charakteristika odvetvia	145
6.2	Makroprostredie farmácie v Slovenskej republike	148
6.3	Farmaceutický priemysel	151
6.4	Základná segmentácia trhu farmaceutických produktov. Pozicionanie farmaceutických produktov	153
6.5	Životný cyklus a farmaceutické produkty	154
6.6	Cenová politika. Tvorba cien liekov	162
6.7	Distribúcia liečiv	165
6.8	Uplatňovanie zákona o reklame na lieky	166
	Literatúra	168
7	MARKETING FINANČNÝCH PRODUKTOV	169
7.1	Podstata a význam finančného trhu	169
7.2	Špecifiká finančného marketingu	171
7.3	Marketingový mix finančných inštitúcií	182
	Literatúra	197
8	MARKETING KULTÚRY A UMENIA	200
8.1	Charakteristika a obsah marketingu kultúry	200
8.2	Marketingové prostredie kultúrnych a umeleckých organizácií	203
8.3	Marketingový mix	207
8.4	Segmentácia trhu kultúry a umenia	216
	Literatúra	218

9	MARKETING A SOCIÁLNE MÉDIÁ	220
9.1	Charakteristika prostredia	220
9.2	Špecifiká marketingu v prostredí sociálnych médií	225
9.3	Marketingové inštrumentárium sociálnych médií	226
9.4	Marketingový mix a sociálne médiá	231
9.5	Úlohy marketingu v prostredí sociálnych médií	233
9.6	Hodnotenie efektívnosti marketingu v sociálnych médiách	237
	Literatúra	240
10	MARKETING VZDELÁVANIA	241
10.1	Charakteristika trhu vzdelávania	241
10.2	Marketing vzdelávacej inštitúcie	244
10.3	Marketingový mix vzdelávacej inštitúcie	251
	Literatúra	263
11	MARKETING ORIENTOVANÝ NA SENIOROV	266
11.1	Charakteristika cieľovej skupiny seniorov	266
11.2	Marketing orientovaný na seniorov	269
11.3	Špecifiká marketingového mixu v segmente seniorov	271
11.4	Marketingové koncepcie pre segment seniorov	281
	Literatúra	283
12	EKOLOGICKÝ MARKETING	285
12.1	Globálne ekologické problémy	285
12.2	Ekologická stopa ľudstva	286
12.3	Ekologický marketing	288
12.4	Ekologické marketingové stratégie	289
12.5	Ekologický marketingový mix	292
	Literatúra	302
13	MARKETING V NEZISKOVÝCH ORGANIZÁCIÁCH	303
13.1	Podstata a význam neziskového sektora	303
13.2	Charakteristika neziskových organizácií	305
13.3	Špecifiká marketingu neziskových organizácií	309
13.4	Marketingový mix neziskových organizácií	319
	Literatúra	327
14	MARKETING ŠPORTU	329
14.1	Vymedzenie marketingu športu	329
14.2	Faktory ovplyvňujúce rast a sociálno-ekonomický význam športu	331
14.3	Riadenie marketingu v športe	333
14.4	Marketingový mix v športe	338
	Literatúra	350