

MARKETING 2010

KO – KOTLER, P.: Marketing podle Kotlera. Praha: Management, Press 2000. 258 s. ISBN 80 -7261 -010 -4

MA – MACHOVÁ, H., ČIERNOHLAVKOVÁ, E. : Medzinárodní obchodní operace. Praha: HZ Edition, 2000. ISBN 80-86001-31-3

KI – KITA, J. a kol. : Marketing. IURA Edition. 411 s. ISBN 80-89047-23-8

BO – BOUČKOVÁ, J. a kol. : Marketing. Praha nakladatelství, C.H.Beck, 2003.432 s. ISBN 80 -7179 -577 -1

1. Budovanie ziskových podnikov prostredníctvom marketingu na svetovej úrovni. [KO - s.17]
2. Využitie marketingu na chápanie hodnoty, vytváranie komunikácie a poskytovanie hodnoty. [KO - s.30]
3. Identifikácia trhových príležitostí a vypracovanie cielených hodnotových ponúk. [KO - s.51]
4. Tvorba hodnotových proklamácií a budovanie hodnoty značky. Tvorba marketingového mixu. [KO - s.70]
5. Medzinárodné prostredie a jeho vplyv na medzinárodné podnikanie. Interkultúrna senzibilita v medzinárodnom marketingu. [MA - s.20]
6. Získavanie, udržiavanie a kultivovanie zákazníkov. Tvorba a poskytovanie väčšej hodnoty zákazníkom. [KO - s.140, s.159]
7. Adaptácia na nový vek elektronického marketingu. Moderné trendy v marketingu. [KO - s.225]
8. Medzinárodný marketing, jeho koncepcia a špecifiká. Vplyv medzinárodného marketingového prostredia na marketingovú komunikáciu. Globálna a lokálna reklama. [BO - s.293, s.296]
9. Marketing blízkej budúcnosti a jeho perspektívy. Marketing služieb. Spojitosť služieb a výrobkov. [KI - s.379]