

## Strategický marketing

Publikace uznávané autorky se jako jediná na českém trhu komplexně věnuje problematice strategického marketingu, tvorbě marketingových strategií a trendům v této oblasti. Je určena jak marketingovým praktikům, manažerům a podnikatelům, tak studentům vysokých škol a MBA studií. Kniha přehledně zasvěcuje do problematiky strategického marketingu, vysvětluje jeho obsah a důležitost v rámci každého podnikání. Od podstaty strategického marketingu se dostáváme k jednotlivým etapám strategického řídicí procesu, kterými jsou situační analýza včetně predikce budoucího vývoje, plánování, realizace a kontrola, a to jak na úrovni celé firmy, tak na úseku marketingového řízení. Velká část knihy je věnována konkrétním strategiím v rámci produktové, distribuční, cenové a komunikační politiky firmy. Srozumitelný výklad je doplněn příklady z praxe reálných firem.