

# OBSAH

ÚVOD .....	4
<b>1. ÚZEMIE A ROZVOJ ÚZEMIA .....</b>	<b>7</b>
1.1. Vymedzenie a dezagregácia územia.....	7
1.2. Rozvoj územia.....	11
<b>2. MARKETING ÚZEMIA AKO NÁSTROJ ROZVOJA ÚZEMIA.....</b>	<b>18</b>
2.1. Marketing územia .....	18
2.2. Marketingové faktory rozvoja územia .....	24
2.3. Marketingový mix v marketingu územia.....	26
2.3.1. Produkt .....	27
2.3.2. Cena.....	30
2.3.3. Dostupnosť .....	32
2.3.4. Marketingová komunikácia .....	32
2.3.5. Ľudský činiteľ.....	35
2.3.6. Partnerstvo .....	36
<b>3. STRATEGICKÉ MARKETINGOVÉ PLÁNOVANIE ROZVOJA ÚZEMIA.....</b>	<b>41</b>
3.1. Konceptná fáza.....	44
3.2. Fáza analýzy .....	45
3.2.1. Analýza marketingového prostredia.....	46
3.2.2. Analýza trhu.....	49
3.2.3. Analýza konkurencie .....	61
3.3. Fáza tvorby stratégie .....	65
3.4. Stratégie nástrojov marketingového mixu .....	69
3.4.1. Produktové stratégie .....	70
3.4.2. Cenové stratégie .....	73
3.4.3. Stratégie dostupnosti .....	76
3.4.4. Stratégie marketingovej komunikácie .....	76
3.4.5. Stratégia zameraná na ľudský činiteľ .....	87
3.4.6. Stratégia zameraná na spoluprácu a partnerstvo .....	88
3.5. Fáza realizácie.....	90
3.6. Fáza kontroly a hodnotenia.....	90
<b>ZÁVER .....</b>	<b>97</b>