

Městská knihovna Jindřichův Hradec



Uvedení nového produktu na trh

Rešerše č. 3/2020

Pracoviště: Městská knihovna Jindřichův Hradec, u Knihovny 1173/II., 37701 J. Hradec

Zadavatel:

Zpracoval:

Datum:

Tematické vymezení: marketing, prodej, trh, produkty

Časové vymezení: 2009-2019, výběrově starší

Typ dokumentu: monografie, články, diplomové práce, on-line zdroje

Excerpované prameny: online katalog MĚK J.Hradec, souborný katalog ČR, databáze ANL NK ČR, Google, VŠE Praha

Způsob řazení: abecedně

Počet záznamů: 29

Knihy:

1.

BLAŽKOVÁ, Martina. *Jak využít internet v marketingu : krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 156 s. ISBN 80-247-1095-1. (MK JH)

2.

CRAWFORD, C. Merle a DI BENEDETTO, C. Anthony. *New products management*. 9th ed. New York: McGraw-Hill, 2008. xviii, 558 s. ISBN 978-0-07-126336-8. (Souborný katalog NK ČR)

3.

DENNY, Richard. *Prodejem k vítězství*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2013. 208 s. ISBN 978-80-265-0078-0 (brož.). (MK JH)

4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing : strategie a trendy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8 il. (MK JH)

5.

KALKA, Regine. *Marketing : klíč k rozhodování, co prodávat, komu a jak*. Praha: Grada, 2003. 110 s. ISBN 80-247-0413-7. (MK JH)

6.

KOTLER, Philip. *10 smrtelných marketingových hříchů : jak je rozpoznat a nespáchat*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 139 s. ISBN 80-247-0969-4. (MK JH)

7.

LOCH, C. a KAVADIAS, Stylianos. *Handbook of new product development management*. 1st ed. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008. xvi, 542 s. ISBN 978-0-7506-8552-8. (Souborný katalog NK ČR)

8.

REZEK, Jiří. *Umění prodávat*. 1. vyd. Praha: Grada, 2000. 163 s. ISBN 80-7169-905-5. (MK JH)
PETROVÁ, Eva. Organizácia a úspešné uvedenie produktu na trh. In ŠKORVAGOVÁ, S. – VERČEK, P. (ed.). *MERKÚR 2010. Výsledky vedeckej práce mladých vedeckých pracovníkov*. Bratislava: Ekonomická univerzita, 2010, s. 388-392. ISBN 978-80-225-3099-6. (VŠE)

Diplomové a kvalifikační práce (VŠE Praha):

1.

BÖNISCHOVÁ, Sandra. *Marketingová strategie uvedení produktu Managed wifi v segmentu B2B*. Praha, 2017. Vedoucí práce Milan Postler. (VŠE)

2.

DO, Duc Hoang. *Marketingová analýza uvedení nového produktu na trh - případová studie Bento boxy*. Praha, 2015. Vedoucí práce Martin Machek. (VŠE)

3.

DOSTÁL, Pavel. *Marketingová kampaň při uvedení produktu na domácí trh*. Praha, 2018. Vedoucí práce Jiří Zeman. (VŠE)

4.
FIALOVÁ, Petra. *Strategie uvedení nového produktu na trh*. Praha, 2017. Vedoucí práce Alena Filipová. (VŠE)
5.
KARPENKO, Roman. *Marketingová strategie uvedení produktu Maylo na český trh*. Praha, 2009. Vedoucí práce Jaroslav Halík.
6.
LAI DUC, Viet. *Marketingová analýza uvedení nového produktu na trh*. Praha, 2016. Vedoucí práce Radek Tahal. (VŠE)
7.
MEJZLÍK, Tomáš. *Návrh marketingového mixu pro uvedení nového produktu na trh*. Praha, 2015. Vedoucí práce David Říha.
NOVÁKOVÁ, Kateřina. *Uvedení produktu k léčbě oparů na trh*. Praha, 2011. Vedoucí práce Marcela Zamazalová. (VŠE)
8.
PRZYCZKO, Jan. *Komunikační strategie uvedení nového produktu na trh*. Praha, 2012. Vedoucí práce Marie Hesková. (VŠE)
9.
VALTEROVÁ, Lenka. *Uvedení produktu Nanotek na český trh*. Praha, 2010. Vedoucí práce Monika Ryšavá. (VŠE)
10.
VRBSKÁ, Lucie. *Uvedení produktu Kingswood společnosti Plzeňský Prazdroj, a.s. na český trh*. Praha, 2013. Vedoucí práce Jaroslav Halík. (VŠE)

Články:

1.
LÁSKOVÁ, Jana, SARVAŠOVÁ, Zuzana a PRIECHODSKÝ, Miroslav. Možnosti inovacie ponuky produktov. *Lesnická práce*, 2009, **88**(12), s. 20-21. ISSN 0322-9254. Dostupné také z: <http://lmda.silvarium.cz/view/uuid:97e9d153-c395-4563-b698-ea0d2857083a>. (ANL)
2.
LZ/HED. Proč potřebujeme nové produkty?. *Moderní obchod: časopis pro úspěch v prodeji*, 1997, **5**(9), s. 54-56. ISSN 1210-4094. (ANL)
3.
O čem sní manažeři: Nové výrobky, nový prodej, nové zisky. *Moderní řízení*, 2000, **35**(1), s. 4-6. ISSN 0026-8720. (ANL)

4.

PELIKÁN, Jan. Zavedení nového produktu na trh - návrh marketingové strategie firmy Dita Tábor. *Studentská vědecká a odborná činnost*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011. s. 43-55. ISBN 978-80-7372-174-9. (ANL)

5.

PITRA, Zdeněk. Strategie vstupu nového produktu na trh. *Moderní řízení*, 1997, **32**(10), s. 39-43. ISSN 0026-8720. (ANL)

6.

VODÁK, Michal. Analýza optimální informační podpory prodejních kanálů při uvádění nových produktů na trh. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 2008, **56**(3), s. 231-236. ISSN 1211-8516. Dostupné také z: <https://doi.org/10.11118/actaun200856030231>. (ANL)

7.

VONHOFF, Peter. Stálost sortimentu a nové produkty. *Moderní obchod: časopis pro úspěch v prodeji*, 2003, **11**(12), s. 34. ISSN 1210-4094. (ANL)

Internetové zdroje:

1.

<https://help.freelo.cz/sablony/ruzne/uvedeni-noveho-produktu-na-trh/>

2.

<https://mladypodnikatel.cz/stitek/jak-uvest-na-trh-novy-vyrobek>

3.

https://vskp.vse.cz/45309_navrh_marketingoveho_mixu_pro_vedeni_noveho_produkту_na_trh

4.

<https://www.ipodnikatel.cz/Strategie-podnikani/tipy-pro-uspesne-vedeni-produktu-na-trh.html>