

Obsah

<i>Předmluva</i>	7
1. Nové tržní prostředí	9
2. Budování vztahů se zákazníky	33
3. Vytváření hodnoty vnímané zákazníkem	54
4. Řízení dodavatelsko-odběratelského řetězce	78
5. Čas jako konkurenční faktor	101
6. Globální obsluha zákazníka	126
7. Řízení marketingové logistiky	146
<i>Věcný rejstřík</i>	165