

OBSAH

Úvod	5
Trh se mění	8
Pomoc psychologie	17
Přístup ke člověku	22
Není zde „člověk ekonomický“	45
Zboží jako funkce	58
Výrobce a prodávající	66
Základní vztahy na trhu	81
Nabídka a poptávka	93
Trvalý vývoj trhu	106
Poznávání a působení	114
A. výzkum trhu	116
B. laboratorní testy	123
C. psychologie zboží a módy	126
D. psychologické aspekty hospodářské a obchodní politiky	126
E. psychologie cen a cenových opatření	127
F. psychologie obchodního jednání a prodeje	128
G. psychologie propagace, hospodářských komunikačních procesů	137
Závěrem	141