

1.	MATERIÁLNĚ TECHNICKÉ ZÁSBOVÁNÍ V PRŮMYSLU	3
1.1.	Dodavatelsko odběratelské vztahy	3
1.1.1.	Funkce dodavatelsko-odběratelských vztahů v národním hospodářství	3
1.1.2.	Hmotné bilancování a soustava hmotných bilancí	3
1.2.	Postavení a funkce MTZ v socialistické rozšířené reprodukci	4
1.3.	Organizační soustava MTZ	5
1.4.	Řízení MTZ v československém průmyslu	7
2.	ZÁSBOVACÍ ČINNOST PRŮMYSLOVÉHO PODNIKU	10
2.1.	Organizace zásobovací činnosti podniku	10
2.1.1.	Organizační struktura zásobovacího útvaru podniku	10
2.1.2.	Hlavní náplň činnosti zásobovacích útvarů	11
2.1.3.	Vztahy zásobovacího útvaru k ostatním podnikovým útvarům	11
2.2.	Plánování zásobování	12
2.3.	Řízení výrobních zásob	12
2.3.1.	Výrobní zásoby	12
2.3.2.	Normování výrobních zásob	13
2.3.3.	Systemy doplňování zásob	16
2.4.	Hospodářské smlouvy	20
2.5.	Skladové hospodářství	22
2.5.1.	Úlohy skladního hospodářství	22
2.5.2.	Členění skladů	23
2.5.3.	Odběr a převímka při dodávce výrobků	23
2.5.4.	Technika skladování výrobních zásob	24
3.	ODBYTOVÁ ČINNOST PRŮMYSLOVÉHO PODNIKU	25
3.1.	Funkce odbytu, její vývoj a současný stav	25
3.2.	Organizace odbytové činnosti a vztahy odbytového útvaru k jiným útvarům podniku	27
3.3.	Plánování odbytu	28
3.4.	Gesce	28
3.5.	Řízení zásob hotových výrobků	29
3.6.	Provádění odbytu	30
3.6.1.	Zakázková řízení	30
3.6.2.	Zajišťování dodávek pro vnitřní obchod	31
3.6.3.	Zajišťování dodávek pro vývoz	32
3.6.4.	Expedice hotových výrobků	33
3.6.5.	Charakteristika chemických výrobků z hlediska provádění odbytu	33
3.7.	Obalové hospodářství	34
3.8.	Obchodně-technické služby	34
3.9.	Automatizovaný systém řízení a řízení odbytu jako subsystém	35
4.	OBCHODNÍ POLITIKA PRŮMYSLOVÉHO PODNIKU	36
4.1.	Strategie a cíle socialistického průmyslového podniku a obchodní politika	36
4.2.	Strategie kapitalistického průmyslového podniku	38
5.	ŘÍZENÍ OBCHODNÍ ČINNOSTI PRŮMYSLOVÉHO PODNIKU	39
5.1.	Řízení obchodní činnosti	39
5.2.	Obchodně ekonomické informace	41
6.	VÝZKUM TRHU	42
6.1.	Předmět a funkce výzkumu trhu	42
6.2.	Limitující faktory trhu	42
6.3.	Druhy informací při výzkumu trhu a metody jejich získávání	46

	<u>strana</u>	
7.	VÝZKUM A VÝVOJ NOVÝCH VÝROBKŮ	48
7.1.	Problematika nových výrobků	48
7.2.	Dílčí etapy vývoje nového výrobku	49
7.3.	Životní cyklus nových výrobků	50
7.4.	Zastarávání výrobků	53
7.5.	Zavádění nových výrobků na zahraniční trhy	53
8.	PROPAGACE	54
8.1.	Funkce propagace. Obsah propagační činnosti	54
8.2.	Propagační prostředky a propagační metody	55
8.3.	Značka výrobku	55
8.4.	Hodnocení účinnosti propagace	56
9.	ZAHRANIČNÍ OBCHOD	57
9.1.	Organizační uspořádání československého zahraničního obchodu	57
9.2.	Plánování v zahraničním obchodě	58
9.3.	Studium zahraničních trhů	58
9.4.	Zahraně obchodní operace	59
9.5.	Platební a zúčtovací styk a ceny v zahraničním obchodě	60
9.6.	Socialistická hospodářská integrace	61
	Přílohy	63
	Literatura	66