

OBSAH PŘEDMĚTU

Úvod.....	3
1. Marketingová koncepce	5
2. Trh a jeho analýza	11
3. Informace v marketingu	19
4. Metody analýzy marketingového prostředí.....	23
5. Cílený marketing	31
6. Marketingový mix.....	39
7. Řízení nástrojů marketingového mixu	57
Řešení úloh.....	69
Literatura	71