

# Obsah

Úvod .....	5
1 ÚVOD DO MARKETINGU .....	7
2 MARKETINGOVÉ ŘÍZENÍ .....	12
3 MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ .....	17
4 SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ .....	20
5 SEGMENTACE TRHU .....	26
6 MARKETINGOVÝ VÝZKUM .....	32
7 MARKETINGOVÝ MIX .....	38
8 PRODUKT JAKO NÁSTROJ MARKETINGOVÉHO MIXU .....	42
9 CENA JAKO NÁSTROJ MARKETINGU .....	52
10 DISTRIBUCE ZBOŽÍ .....	59
11 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE .....	65
12 INTERNACIONÁLNÍ MARKETING .....	76
Anglicko – český terminologický a výkladový slovník .....	83