

O b s a h :

	Strana
Předmluva	3
Obsah	5
Karel Heřman: Význam marketingu pro komerční politiku i pro národohospodářské řízení	6
František Adámek: Jak podnikatelsky myslet	14
Jaroslav Nykryn: Marketing a socialistická ekonomika	30
Evžen Rejmánek, Jitka Douchová-Rejmánková: Trh očima psychologa	79
Jaroslav Kohout: Sociologické aspekty v marketingových studiích	96
Jaruše Vydrová: Marketing a vědecko- technický rozvoj	116
Jana Nagyová: Úspěšný výrobek	142
Alfons Kachlík: Propagace v marketingu	165
Jana Talašová: Počítačová podpora marketingu	193
Milan Pokorný: Marketing a organizace podniku	219
Jan Urbánek: Marketingové případy	257