

OBSAH

ÚVOD

CHARAKTERISTIKA TRŽNÍHO MECHANISMU - ZÁKLADY TRŽNÍ EKONOMIKY	2
1. Základní systémové vazby	2
2. Charakteristika a analýza poptávky	12
3. Charakteristika chování spotřebitele	19
4. Charakteristika a analýza nabídky	25
5. Chování firmy (producentů)	31
6. Tvorba tržní rovnováhy a tržní ceny	46
7. Charakteristika nedokonalé konkurence ve srovnání s dokonalou konkurencí	56
8. Proces utváření tržní ceny a ceny trvalé rovnováhy v podmínkách tvorny oligopolních produkčních struktur	63
9. Charakteristika podmínky maximalizace zisku firmy v případě nedokonalé konkurence	67
10. ZÁKLADY MARKETINGU	70
11. Podstata marketingu	70
12. Trh	71
13. Motivace a chování spotřebitele	71
14. Stádia životnosti výrobku	73
15. Systém marketingu	75
16. Segmentace trhu	76
16.1. Trh spotřebního zboží	77
16.2. Trh průmyslového zboží	77
16.2.1. Klasifikace průmyslového zboží	77
16.2.2. Charakteristika poptávky na trhu průmyslového zboží	79
16.2.3. Způsoby distribuce průmyslového zboží	80
17. Marketingové funkce	82
17.1. Organizace marketingových činností	82
17.2. Marketingový výzkum	83
17.2.1. Struktura projektu marketingového výzkumu	84
17.2.2. Stanovení tržního potenciálu	89
17.2.3. Předvídaní v marketingu	91
17.2.3.1. Objektivní metody předvídaní	92
17.2.3.2. Subjektivní metody předvídaní	93
17.3. Stanovení a řízení cen	94
17.3.1. Stanovení ceny	95
17.3.2. Řízení cen	101
17.3.2.1. Přizpůsobivost cen	102
17.3.2.2. Geografická úprava	103
17.4. Propagační program	103
17.4.1. Reklama	104
17.4.2. Osobní prodej	106
17.4.3. Podpora prodeje	106