

O B S A H

	Str.
Úvodem	5
1. Chápání marketingu	7
2. Marketingové strategické plánování	16
3. Marketingový informační systém	31
4. Chování kupujících na trhu	41
5. Výrobek a výrobní politika	49
6. Cena a cenová politika	64
7. Prodej a prodejní politika	81
8. Stimulování nástrojů marketingu	93
9. Kombinování nástrojů marketingu	103
10. Řízení marketingových činností	109