

# OBSAH

	Str.
Úvod . . . . .	3
1. Střediska marketingových informací . . . . .	4
2. Marketingové informace . . . . .	6
3. Prameny marketingových informací . . . . .	9
3.1 Nepublikované . . . . .	10
3.2 Publikované . . . . .	11
4. Nastrojové zpracování marketingových informací a jejich ukládání . . . . .	13
4.1 Výběr informací, jeho kritéria a problémy . . . . .	13
4.2 Kartotéky a jejich systém . . . . .	15
4.2.1 Komoditní kartotéka . . . . .	17
4.2.2 Teritoriální kartotéka . . . . .	18
4.2.3 Firemní kartotéka . . . . .	18
4.2.4 Cenová kartotéka . . . . .	19
4.2.5 Jiné kartotéky pro marketingové účely . . . . .	20
4.3 Zpracování marketingových informací pomocí malé mechanizace . . . . .	21
4.4 Vytřídování marketingových informací . . . . .	22
5. Zpracování marketingových informací na počítači . . . . .	25
6. Ukládání a vytřídování marketingových informačních pramenů 29	
7. Využití zpracovaných informací . . . . .	31
7.1 Rychlé informace . . . . .	32
7.2 Přehledové zprávy: studie výrobní, odvětvové, teritoriální, firemní a cenové . . . . .	33
7.3 Informační zpravodaje . . . . .	36
8. Citovaná literatura . . . . .	38
Přílohy . . . . .	40