

Úvodem	7
1 Funkce marketingu	11
1.1 Soudobé teorie marketingu	12
— výběr z definic marketingu	12
— vývoj teorie marketingu	16
1.2 Ekonomický základ marketingu	17
— primát odbytu před výrobou	17
— tvorba poptávky	21
— podstata a funkce marketingu	24
1.3 Součásti marketingu	39
— členění součástí marketingové koncepce	39
1.4 Nejnovější rysy marketingu	43
2 Marketingová politika výrobce	47
2.1 Marketingový výzkum a plán	47
— marketingový výzkum	48
— marketingové plánování	53
2.2 Zvyšování odbytu výzkumem a vývojem nových výrobků	59
— vývoj nových výrobků	59
— metody odbytu a cenová politika	64
— image a public relations u výrobce	71
2.3 Marketingová koncepce podnikové organizace	76
— typy marketingové organizace	76
— opory marketingové politiky	83
3 Marketingová politika obchodníků	94
3.1 Výzkum trhu	94
— funkce výzkumu trhu	95
— metody výzkumu trhu	101
3.2 Obchodní metody	115
— organizační formy obchodu	115
— metody prodeje a podněcování prodeje	120
3.3 Propagace	122
— teorie marketingové propagace	123
— praxe marketingové propagace	129
4 Marketing a socialistická ekonomika	133
— všeobecně	137
— srovnávací tabulka	138
4.1 Marketing a socialistické podnikání	141
4.2 Marketing a ekonomická reforma	146
— marketingové prvky v plánování	147
— marketing a socialistický trh	149
— předpoklady pro uplatnění marketingu	151

5 Využití marketingu v socialistické ekonomice	156
5.1 Využití marketingu v průmyslu	157
— marketing ve výrobní politice	157
— marketing v obchodní politice	159
— případová studie č. 1	160
5.2 Využití marketingu ve vnitřním obchodě	164
— marketing ve výzkumu	164
— marketing v organizaci a metodách obchodu	164
— případová studie č. 2	165
5.3 Využití marketingu v zahraničním obchodě	167
— marketing ve výzkumu	167
— marketing v obchodních metodách a propagaci	168
— případová studie č. 3	170
Přehled literatury	173
Nejběžnější marketingové termíny	175
Rejstřík	181