

# Obsah

Úvod / Předpoklady .....	3
1. Součásti "Marketing-Mix" .....	4
2. Stanovení produktu a sortimentu (programová politika) .....	5
2.1 Důvody pro hledání nových produktů .....	7
2.2 Úvahy nad paletou produktů .....	9
3. Politika tvorby cen a prodejních podmínek .....	13
4. Propagace .....	18
4.1 Plánování propagace .....	18
4.2 Prostředky propagace .....	21
4.3 Několik základních principů propagace .....	23
5. Podpora prodeje .....	24
6. Práce s veřejností (Public Relations - "PR") .....	27
7. Prodejní organizace (Distribution) .....	30
8. Závěrečné poznámky .....	36