

OBSAH :

1. ÚVOD	str. 5
2. PROČ MARKETING TĚŽ U VÝROBKŮ INVESTIČNÍ POVAHY7
3. MARKETINGOVÝ PRŮZKUM A NĚKTERÁ JEHO SPECIFIKA U VÝROBKŮ INVESTIČNÍ POVAHY11
4. VÝZNAM PRŮZKUMU POHNUTEK, OVLIVŇUJÍCÍCH NÁKUP V OBLASTI VÝROBKŮ INVESTIČNÍ POVAHY18
5. ODBYTOVÉ KANÁLY23
6. VÝZNAM PROGNÓZY HOSPODÁŘSKÉHO VÝVOJE NA INVESTIČNÍ ČINNOST29
7. NÁBOROVÁ ČINNOST U VÝROBKŮ INVESTIČNÍ POVAHY, JEJÍ VÝZNAM A NĚKTERÁ SPECIFIKA35
8. NĚKOLIK POZNÁMEK K VÝZNAMU PRODEJNÍ SÍLY A ŘÍZENÍ PRODEJE VŮBEC, ZEJMÉNA U VÝROBKŮ INVESTIČNÍ POVAHY40
9. SEZNAM LITERATURY44