

Obsah:

ÚVODEM: SOCIÁLNÍ DIMENZE TRANSFORMACE ... 5

Aleš Sekot

MARKETING 15

Aleš Sekot

PUBLIC RELATIONS 43

Aleš Sekot

REKLAMA 59

Aleš Sekot

MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ 81

Michael Doležal

ÚKOLY DNEŠNÍHO MANAGEMENTU 91

Aleš Sekot

ZÁVĚREM 97

Aleš Sekot

LITERATURA 102