

OBSAH

1. POZNATKY Z PSYCHOLOGIE PRO OBCHODNÍ VZTAHY A JEDNÁNÍ	6
VNĚJŠÍ OBRAZ OSOBNOSTI	11
VNITŘNÍ STAVBA OSOBNOSTI	13
PSYCHOLOGICKÉ PROSTŘEDKY	23
2. PSYCHOLOGIE TRHU	24
METODY PSYCHOLOGIE TRHU	28
MARKETING	31
MARKETINGOVÁ FILOZOFIE	31
MARKETINGOVÝ MIX	31
SOCIÁLNĚ ETICKÝ MARKETING	31
3. TYPICKÉ PROJEVY ZÁKAZNÍKŮ A SPOTŘEBITELŮ	33
4. MOTIVACE KOUPEŘ	39
5. IMAGE ÚSPĚŠNÉHO OBCHODNÍKA	47
6. OBCHODNÍ JEDNÁNÍ	50
PRODEJNÍ TECHNIKY	52
7. REKLAMA A PROPAGACE	56
VÝBĚR REKLAMNÍCH PROSTŘEDKŮ	58
8. POUŽITÁ A DOPORUČENÁ LITERATURA	59
9. PROBLÉMOVÉ OKRUHY PRO SAMOSTATNOU PŘÍPRAVU	61