

Úvod	4
Průzkum trhu	5
Co je průzkum trhu	6
Výzkum trhu přiměřený našemu podnikání – jak jej provádět	7
Segmentace trhu	8
Průzkumy trhu (existující) a práce s nimi	9
Vlastní průzkum trhu	10
Vyhodnocení získaných informací pro podnikání	10
Zpracování podnikatelského záměru	13
Co je to podnikatelský záměr	14
Obsah a přesný rozsah podnikatelského plánu	14
Zdroje pro zpracování podnikatelského plánu	16
Využití podnikatelského plánu v podnikání	16
Příklad struktury podnikatelského plánu	16
Příklad podnikatelského záměru	19
Sestavení podnikatelského rozpočtu	24
Finanční prostředky při zahájení podnikání	25
Význam rozpočtu	27
Rozpočet jako bilance a plán	27
Sestavení rozvahy na začátku podnikání	28
Vlastní a cizí zdroje financování podnikání	29
Vlastní zdroje financování podnikání	30
Cizí zdroje v rámci podnikání	30
Sledování rozpočtu v daňové evidenci a podvojném účetnictví	31
Marketing a marketingové materiály	34
Marketing a jeho přiměřenost	35
Co je marketing, jaké jsou cíle marketingu	36
Typy marketingu a jejich využití v živnostenském podnikání	36
Marketingová komunikace a její složky	37
Marketing v elektronickém prostředí	38

Chování a jednání (vystupování) živnostníka/podnikatele	48
Možnosti ujasnění toho co chceme dělat a jak toho chceme dosáhnout	49
Jednání s potenciálními a stávajícími zákazníky	49
Typy zákazníků a jednání s nimi	51
Jednání v domácím prostředí a zahraničí	54
Vedení naší provozovny	55
Vedení obchodních schůzek – obchodní kontakt	55
Konfliktní situace a možnosti řešení těchto situací	56
Měření úspěšnosti podnikání/živnosti	57
Soulad mezi pracovním a soukromým životem živnostníka/podnikatele	57