

Obsah

	str.
1. Aktivita ve spotřebě	5
2. Výrobek a obchodní politika	13
3. Stupně substitučního efektu	43
4. Subjekt spotřebitele a jeho vztah k výrobkům	87
5. Výrobní test jako metoda hodnocení užitečných vlastností	95
6. Optimalizace sortimentního spektra	117
7. Působení propagace při řízení substituce	137
Závěr	153
Přehled literatury	157