

OBSAH

Úvod	3	4.1.1 Předpoklady pro samostatnou nákupní činnost podniků	17
1. Obchod a jeho postavení v národním hospodářství	3	4.2 Nákupní činnost jako ekonomický činitel	18
1.1 Zbožní výroba a oběh zboží	3	4.2.1 Nákup v rámci podnikové filosofie	18
A. Zbožní výroba	3	4.2.2 Faktory ovlivňující efektivnost nákupních činností podniku	18
B. Oběh zboží	4	1. Faktor použité organizační struktury v podniku.	18
1.2 Podstata obchodu	4	2. Faktor systému řízení nákupního útvary.	18
1.3 Funkce obchodu	4	3. Faktor vnitřní organizace nákupního útvary.	20
A. Překlenovací funkce	4	5. Základy marketingu	20
B. Funkce uspokojování potřeb	5	5.1 Trh jako základní předpoklad existence marketingu	20
C. Aktivizující funkce obchodu	5	5.1.1 Trh a marketing	20
1.4 Druhy obchodu	5	5.1.2 Historický vývoj trhu	22
A. Členění podle funkcí	5	5.1.3 Členění trhu	23
B. Členění podle rozsahu působnosti	5	5.2 Marketing jako podnikatelská filosofie	24
C. Členění podle druhu činnosti	6	5.2.1 Vývojové etapy podnikatelské filosofie	24
D. Členění podle vlastnických forem	6	Podnikání	24
2. Obchodní činnost výrobních organizací 6		Podnikavost	24
2.1 Význam obchodní činnosti	6	Filosofie přežití	24
2.2 Podstata obchodní činnosti ve výrobním podniku	6	Výrobní filosofie	25
2.3 Obchodní politika podniku	7	Výrobní filosofie	25
3. Prodejní činnost	9	Prodejní podnikatelská filosofie	25
3.1 Úkoly prodejního útvaru	9	Marketingová filosofie	26
3.1.1 Plánování činnosti prodejního útvaru	9	5.2.2 Moderní marketingové koncepce 28	
3.1.2 Průzkum trhu	9	Marketing služeb	28
3.1.3 Kontakt se zákazníky	11	Sociální marketing	28
3.1.4 Zavádění nových výrobků na trh	11	Sociálně-ekologický marketing	28
3.1.5 Propagace a reklama	12	Sociálně-etický marketing	28
3.1.6 Servis	12	5.2.3 Teritoriální zvláštnosti marketingové filosofie	29
3.1.7 Péče o hotové výrobky	13	Marketing v USA	29
3.1.8 Finanční vztahy	13	Marketing západoevropský	29
3.1.9 Hospodaření s obaly	14	Japonský marketing	29
3.1.10 Organizace distribuce	14	Východoasijský marketing	30
3.2 Organizace prodejních činností	14	Závěr	31
A. Funkční uspořádání	15	Použitá literatura	31
B. Předmětné uspořádání	15		
3.3 Riziko - součást tržních podmínek 16			
4. Řízení nákupních činností podniku 17			
4.1 Vývoj řízení nákupních činností v Československu	17		