

Ú v o d	str. 3
1. Psychologické aspekty obchodního jednání ...	str. 5
1.1 Vlastnosti osobnosti významné pro poznávání a hodnocení obchodního partnera	" 6
1.2 Obchodní jednání jako interpersonální akt	" 20
1.3 Jednotlivé fáze obchodního jednání z psychologického hlediska	" 41
2. Psychologie osobního prodeje	str. 59
2.1 Vztah mezi zákazníkem a prodávajícím ...	" 59
2.2 Jednotlivé fáze osobního prodeje z psychologického hlediska	" 66
2.3 Atmosféra prodejny	" 74
3. Osobnost pracovníka v obchodní činnosti	str. 77
3.1 Charakteristika psychických nároků na profesi komerčního pracovníka	" 77
3.2 Osobnost ve styku s lidmi a obchodní činnost	" 89
4. Psychologické aspekty spotřebního chování	str. 109
4.1 Psychické determinanty spotřebního chování	" 109
4.2 Vliv národních zvláštností na spotřební chování	" 119
4.3 Problematika image ve vztahu ke spotřebnímu chování	" 121
4.4 Psychologické metody výzkumu spotřebitele	" 123
5. Užití psychologie v propagaci	str. 126
5.1 Předmět zkoumání psychologie propagace ...	" 126
5.2 Vývoj psychologie propagace	" 127
5.3 Propagace jako proces sociální komunikace	" 129
5.4 Propagace a vybrané psychické procesy a stavy	" 134
6. Sociologická hlediska výzkumu trhu	str. 143
6.1 Předmět výzkumu trhu	" 143
6.2 Fáze a etapy realizace výzkumu trhu	" 155
7. Marketing, metody public relations a vedení reklamy	str. 162
7.1 Marketing a vědy o člověku	" 162
7.2 Marketing průmyslového a konzumního zboží	" 170
Literatura	str. 181