

SPIS TREŚCI

WSTĘP	9
Rozdział I. ISTOTA I KATEGORIE MARKETINGU	13
1. Definicje marketingu.....	13
2. Funkcje marketingu.....	14
3. Rozwój marketingu.....	15
4. Trendy wynikające ze zmian zachodzących w procesach społecznych.....	17
5. Prawa i zasady wykorzystywane w marketingu.....	21
6. Rynek jako kategoria marketingu.....	24
Rozdział II. PROCES PODEJMOWANIA DECYZJI I JEGO ROLA W DZIAŁANIACH MARKETINGOWYCH	30
1. Istota i rodzaje decyzji.....	30
2. Podejmowanie decyzji na szczeblu klienta.....	32
3. Podejmowanie decyzji na szczeblu przedsiębiorstwa.....	32
4. Systemy wspomagania decyzji marketingowych.....	34
5. Organizacja zbierania i przetwarzania informacji.....	37
6. Źródła i rodzaje informacji.....	39
7. Struktura systemu informacji marketingowej.....	42
8. Badania marketingowe.....	43
9. Segmentacja rynku.....	48
Rozdział III. PRODUKT JAKO ELEMENT MARKETINGU-MIX	55
1. Istota i klasyfikacja produktów.....	55
2. Różnicowanie produktów.....	56
3. Istota, cechy i prawa tworzenia marki.....	58
4. Opakowanie.....	61
5. Kolor jako atrybut produktu.....	63
6. Jakość produktu.....	66
7. Wprowadzenie nowego produktu na rynek.....	69
8. Rozwój produktu.....	70
9. Proces dyfuzji produktu.....	73
10. Cykl życia produktu (CŻP).....	75
11. Cykl życia marki (CŻM).....	79
12. Gama, linia i asortyment produktów.....	80
13. Pozycjonowanie produktu.....	82
14. Wiedza jako produkt.....	83
Rozdział IV. CENA JAKO INSTRUMENT MARKETINGU	85
1. Istota i funkcje cen.....	85
2. Determinanty cen produktu.....	87
3. Decyzje dotyczące ustalania cen rynkowych.....	92
4. Czynniki kształtujące cenę rynkową.....	93

Rozdział V. DYSTRYBUCJA	100
1. Istota i funkcje dystrybucji	100
2. Pojęcie kanału dystrybucji i czynniki decydujące o jego wyborze	101
3. Konflikty w kanałach dystrybucji	109
4. Rola logistyki w dystrybucji	111
5. Pośrednicy w kanałach dystrybucji	116
6. Sprzedaż jako ostatnie ogniwo dystrybucji	122
7. Typologia klientów	126
8. Proces poszukiwania i pozyskiwania klientów	130
9. Sukces sprzedaży	134
10. Merchandising w procesie dystrybucji	136
Rozdział VI. SYSTEM KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ (SKM)	153
1. Co to jest system komunikacji marketingowej	153
2. Istota, funkcje i rodzaje reklamy	155
3. Przebieg kampanii reklamowej	158
4. Promocja sprzedaży	178
5. Public relations (PR)	185
6. Marketing bezpośredni	191
7. Sprzedaż osobista	193
Rozdział VII. STRATEGIE MARKETINGOWE	196
1. Co to jest strategia marketingowa?	196
2. Procedura postępowania przed wyborem strategii	197
3. Otoczenie firmy	198
4. Wybór rynku docelowego	204
5. Analiza SWOT	206
6. Analiza portfelowa	209
7. Metody scenariuszowe	210
8. Tożsamość, misja i wizerunek podmiotu gospodarującego	213
9. Kryteria klasyfikacji strategii marketingowych z punktu widzenia instrumentów marketingu-mix	217
10. Strategie konkurencji	222
11. Strategia luki rynkowej	224
12. Strategia lidera	225
13. Strategie organizacyjne	226
14. Strategia globalna	227
CASES DO WYKORZYSTANIA W POSZCZEGÓLNYCH RODZIAŁACH	237
Uwagi dotyczące rozwiązywania case'ów	238
1. Amway	239
2. Atlas	244
3. Avon	248
4. Biuro Podróży La-Mark	250
5. Delta-Graphix	253
6. Olkuszka Fabryka Naczyn Emaliowanych Emalia S.A.	256
7. Fiat Ulysse [A] – rozwój produktu	262

7. Fiat Ulysse [B] – promocja samochodu	264
8. Fryko	268
9. Internet [A]	273
10. Kamis	277
11. Kapitał intelektualny	282
12. Kokoszka	285
13. Macaronis, Lubella S.A., Danuta S.A.	289
14. Koncern Daimler Chrysler Mercedes	292
15. Oknoplast	295
16. Opakowanie	298
17. Oriflame	299
18. Procter & Gamble	302
19. Standard QS 9000 i Wielka Trójka	305
20. Rema 1000 Poland. Reitan Narvesen ASA	308
21. Shiseido	311
22. Skateboarding	316
23. Stollwerck – Czekolada	320
24. Marketing organizacji niezyskowych (<i>non profit</i>) na przykładzie British Council Library w Polsce	324
25. Zakłady Odzieżowe Bytom S.A.	328
26. Whirlpool	333
27. Raben	342
28. Marketing usług profesjonalnych Bank X S.A.	345
29. Koncern Metro AG	348
30. Virgin Group PLC Interent [B]	355

BIBLIOGRAFIA	358
---------------------------	------------

SPIS TABEL	367
-------------------------	------------

SPIS WYKRESÓW	367
----------------------------	------------

SPIS RYSUNKÓW	368
----------------------------	------------