

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	5
1. Pomysł na biznes	7
1.1. Zarządzanie marketingowe kontekstem planowania przedsiębiorstwa	7
1.2. Definiowanie pomysłu na własną działalność gospodarczą	11
1.3. Misja i wizja organizacji.....	13
1.4. Analiza otoczenia zewnętrznego i środowiska wewnętrznego organizacji	14
1.5. Określenie celu i budowanie strategii.....	18
Podsumowanie	21
Literatura	21
2. Relacje z klientami	23
2.1. Segmentacja klientów	23
2.2. Wybór grupy docelowej klientów	26
2.3. Tworzenie wartości dla klienta, jego satysfakcji i lojalności.....	27
2.4. Budowanie relacji z klientami.....	29
Podsumowanie	36
Literatura	36
3. Produkt rynkowy jako odpowiedź na potrzeby klientów.....	39
3.1. Cechy i klasyfikacja produktu rynkowego.....	39
3.2. Projektowanie produktu rynkowego	42
3.3. Tworzenie strategii i programów cenowych.....	47
Podsumowanie	49
Literatura	49
4. Zarządzanie komunikacją marketingową	51
4.1. Budowanie skutecznej komunikacji.....	52
4.2. Wybór kanałów komunikacji.....	54

4.3. Wybór narzędzi komunikacji	60
Podsumowanie	64
Literatura	65
5. Budowanie marki	67
5.1. Znaczenie i funkcje marki	68
5.2. Budowanie tożsamości marki.....	69
5.3. Pozycjonowanie marki.....	73
Podsumowanie	75
Literatura	76
6. Jak założyć działalność gospodarczą krok po kroku	77
6.1. Jednoosobowa działalność gospodarcza	80
6.2. Spółka cywilna	82
6.3. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	83
6.4. Spółka akcyjna	84
6.5. Spółka jawna	86
6.6. Spółka partnerska	87
6.7. Spółka komandytowa	88
6.8. Spółka komandytowo-akcyjna	89
Podsumowanie	91
Literatura	91
7. Biznesplan	93
7.1. Odbiorcy biznesplanu	93
7.2. Podstawowe funkcje i korzyści wynikające z posiadania biznesplanu.....	94
7.3. Elementy biznesplanu.....	95
Zakończenie.....	99
Literatura	100