

1. GOSPODARKA RYNKOWA – OTOCZENIE PRZEDSIĘBIORSTWA.....	7
1. Rynek a rynek przedsiębiorstwa.....	7
2. Podmioty rynku i ich zachowania.....	9
3. Przedmioty rynku.....	11
4. Instytucje rynkowe.....	12
5. Otoczenie przedsiębiorstwa.....	13
Literatura.....	14
Pytania sprawdzające.....	14
 2. MARKETING.....	 15
1. Przesłanki powstania i rozwój marketingu.....	15
2. Pojęcie marketingu.....	16
3. System marketingu.....	17
4. Funkcje marketingu.....	18
5. Przedsiębiorstwo o marketingowej orientacji.....	20
Literatura.....	22
Pytania sprawdzające.....	22
 3. MARKETINGOWY SYSTEM INFORMACYJNY.....	 23
1. System informacyjno-decyzyjny przedsiębiorstwa.....	23
2. Znaczenie dla firmy zasobów informacyjnych.....	24
3. Podstawy marketingowych systemów informacyjnych.....	25
4. Badania marketingowe.....	27
4.1. Określenie i cele badań marketingowych.....	27
4.2. Klasyfikacja badań marketingowych.....	28
4.3. Procedura badań marketingowych.....	29
4.4. Metody badań marketingowych.....	30
Literatura.....	32
Pytania sprawdzające.....	32
 4. RYNEK DOCELOWY.....	 33
1. Koncepcja rynku docelowego.....	33
2. Nabywcy.....	34
2.1. Określenie nabywcy.....	34
2.2. Potrzeby nabywców.....	34
2.3. Charakterystyka nabywców.....	34
2.4. Proces podejmowania decyzji o zakupie.....	36
2.5. Reguły postępowania nabywców.....	37
3. Konkurenci.....	37
4. Segmentacja rynku.....	39
4.1. Określenie i wymogi.....	39

4.2. Segmentacja rynku dóbr konsumpcyjnych.....	39
4.3. Segmentacja rynku dóbr zaopatrzeniowych.....	40
4.4. Segment rynku.....	41
5. Wybór rynku docelowego.....	41
Literatura.....	43
Pytania sprawdzające.....	43
5. PRODUKT I CENA.....	45
1. Określenie i cechy produktu.....	45
2. Podstawy planowania nowego produktu.....	47
3. Postawy nabywców wobec nowego produktu.....	48
4. Cykl życia produktu na rynku.....	49
5. Polityka asortymentowa.....	50
6. Marka.....	51
7. Opakowanie.....	53
8. Cena.....	53
Literatura.....	55
Pytania sprawdzające.....	55
6. DYSTRYBUCJA I OBRÓT TOWAROWY.....	57
1. Istota i funkcje dystrybucji.....	57
2. Kanaly dystrybucji.....	57
3. Logistyka marketingowa.....	59
4. Przebiegi towarowe.....	60
4.1. Charakterystyka przebiegów towarowych.....	61
4.2. Czynniki kształtujące przebiegi towarowe.....	64
4.3. Zasady kształtowania przebiegów towarowych.....	64
4.4. Racjonalizacja przebiegów towarowych.....	66
5. Szczegół obrotu towarowego.....	67
5.1. Skup produktów rolnych.....	67
5.2. Zbyt produktów przemysłowych.....	69
5.3. Hurt.....	70
5.4. Detal.....	73
Literatura.....	77
Pytania sprawdzające.....	77
7. PROMOCJA A KOMUNIKACJA MARKETINGOWA.....	79
1. Istota promocji.....	79
2. System i strategia promocji.....	80
3. Reklama.....	82
3.1. Zagadnienia ogólne.....	82
3.2. Kampania reklamowa.....	83

4. Sprzedaż osobista.....	84
5. Promocja sprzedaży.....	85
6. Public relations oraz publicity.....	86
7. Promocja a komunikacja marketingowa.....	86
Literatura.....	87
Pytania sprawdzające.....	87
8. STRATEGIA MARKETINGOWA.....	89
1. Charakterystyka strategii marketingowej.....	89
2. Rodzaje strategii marketingowych.....	91
2.1. Strategie wobec konkurentów.....	91
2.2. Strategie związane z pośrednikami.....	92
2.3. Strategie związane z pozycją rynkową.....	93
2.4. Strategie produktowo-rynkowe.....	94
2.5. Strategie komunikacji marketingowej.....	96
Literatura.....	97
Pytania sprawdzające.....	97