

Spis treści

O autorze	9
Wstęp.....	11
1. Uwarunkowania i specyfika marketingu międzynarodowego	13
Czynniki ekspansji zagranicznej przedsiębiorstw	13
Pojęcie marketingu międzynarodowego i jego elementy	17
2. Badania marketingowe rynku międzynarodowego	22
Pojęcie i specyfika badań	22
Rodzaje badań.....	24
Źródła informacji i metody badań	37
3. Etapy strategii na rynku międzynarodowym	45
Określenie strategii internacjonalizacyjnej przedsiębiorstwa.....	45
Ocena i selekcja rynków zagranicznych.....	50
Określenie celów działania na rynku zagranicznym	51
Ustalenie sposobów wejścia na rynek zagraniczny	51
Ustalenie działań funkcjonalnych przedsiębiorstwa.....	52
Koordynacja działań	57
Realizacja strategii i kontrola	58
4. Wejście przedsiębiorstwa na wybrane rynki zagraniczne.....	60
Ocena i selekcja rynków zagranicznych	60
Formy wejścia	67

5. Charakterystyka form działania przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym	73
Działania eksportowe	73
Handel wymienny	80
Wybrane rodzaje ryzyka transakcji eksportowych i sposoby jego ograniczania	82
Działania kooperacyjne bez zaangażowania kapitału	84
Działania kooperacyjne z zaangażowaniem kapitału	88
Inwestycje bezpośrednie	94
 6. Strategie funkcjonalne przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym	 99
Strategie marketingowe	99
Pozostałe strategie funkcjonalne	108
 7. Strategia marketing mix na rynku międzynarodowym i jej elementy	 113
Polityka produktu	114
Polityka cenowa	131
Polityka dystrybucji na rynku międzynarodowym	156
Polityka promocji przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym i jej elementy	173
 8. Organizacja marketingu w przedsiębiorstwie działającym na rynku międzynarodowym	 193
 9. Strategie ekspansji polskich firm na rynki zagraniczne. Studia przypadków	 201
Formy wejścia polskich przedsiębiorstw na rynki zagraniczne	201
Grupa Maspex Wadowice	203
Grupa Mokate	206
Amica Wronki SA	207
PKN Orlen SA	211
Grupa Selenia	213
Grupa Can-Pack	215
Polskie przedsiębiorstwa z branży kosmetycznej (Dr Irena Eris, Kolastyna)	217

Solaris Bus & Coach.....	222
Polskie przedsiębiorstwa z branży meblarskiej (Grupa Forte, Grupa Nowy Styl)	224
Polskie przedsiębiorstwa z branży odzieżowej i obuwniczej (LPP SA, Redan, KAN, Gino Rossi)	227
Grupa Atlas SA.....	235
Grupa Koelner	237
 10. Strategie marketingowe zagranicznych firm na rynku międzynarodowym.	
Studia przypadków	241
McDonald's Corporation	241
IKEA	243
Nike Inc.	245
Avon	248
Benetton Group.....	250
Koncern Bertelsmann na polskim rynku	252
Strategia wejścia na polski rynek firmy Stollwerck	255
Strategia wejścia na polski rynek firmy Cadbury	256
Strategia wejścia na polski rynek firm Algida i Schöller	258
 Zakończenie	261
 Literatura	265
 Indeks	273