

SPIS TREŚCI

Część 1. Rynki i marketing	11
Część 2. Strategia marketingowa	51
Część 3. Narzędzia marketingowe (Cztery P)	67
Część 4. Planowanie marketingowe	101
Część 5. Organizacja marketingu	107
Część 6. Kontrola marketingu	121
Część 7. Obszary zastosowań marketingu	125
Część 8. Marketing doskonały	177