

Spis treści

Słowo wstępne	7
---------------------	---

Część I

RYNEK USŁUG TRANSPORTOWYCH JAKO OBSZAR DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

1. Identyfikacja pojęcia	11
2. Cechy i funkcje	16
3. Systematyzacja	22
4. Struktura podmiotowo-przedmiotowa	28
5. Popyt	30
6. Podaż	41
7. Ceny usług jako element rynku transportowego	49
8. Konkurencja	52

Część II

PODSTAWY MARKETINGOWEGO KSZTAŁTOWANIA RYNKU

1. Marketing i rynek – struktury nierozdzielne i współzależne	71
2. Działalność gospodarcza na rynku a marketing	73
3. Nabywca i jego znaczenie w procesie marketingowego kształtowania rynku	80
4. Zarządzanie marketingowe działalnością gospodarczą jako element kształtowania rynku	83
5. Instrumentarium marketingowego kształtowania rynku	88
5.1. Obszary i zakres badań rynku	89
5.2. Systematyzacja badań marketingowych	92
5.3. Kompozycja marketingu-mix a kształtowanie rynku	100
6. Strategie marketingowego kształtowania rynku	103
6.1. Uwarunkowania wyboru strategii marketingowej	104
6.2. Wybrane strategie marketingowe	106

*Część III***MARKETING NA RYNKU USŁUG TRANSPORTOWYCH**

1. Marketing i gospodarowanie na rynku usług transportowych	117
2. Zachowania nabywcze na rynku usług transportowych	124
2.1. Zachowania i proces decyzyjny nabywców	124
2.2. Postulaty przewozowe a zachowania nabywcze	126
2.3. Zachowania nabywcze użytkowników transportu jako czynnik kształtowania rynku usług transportowych.....	131
3. Badania marketingowe na rynku usług transportowych	134
3.1. Badania marketingowe jako element kształtowania rynku usług transportowych	134
3.2. Użyteczność badań marketingowych w kształtowaniu wybranych rynków usług transportowych	146
4. Segmentacja	159
5. Strategie marketingowego kształtowania rynku usług transportowych	167
6. Marketingowe aspekty kształtowania usługi transportowej	175
7. Marketingowe aspekty kształtowania cen za usługi transportowe.....	186
8. Marketingowe uwarunkowania dystrybucji usług transportowych.....	193
9. Promocyjne kształtowanie rynku usług transportowych.....	200
9.1. Najważniejsze uwarunkowania promocji	200
9.2. Narzędzia promocyjnego kształtowania rynku usług transportowych.....	202
9.3. Wyniki badań	216
Spis literatury	225
Spis tabel	231
Spis rysunków.....	232