

WSTĘP

1. ODKRYWANIE CIEMNEJ STRONY MARKETINGU

- 1.1. Jasna i ciemna strona marketingu
- 1.2. Cele, zakres i metoda opracowania

2. CIEMNA STRONA BADAŃ MARKETINGOWYCH

- 2.1. Badania marketingowe, ich zakres i znaczenie
- 2.2. Badania marketingowe jako pole nadużyć
- 2.3. Asymetria informacji między sprzedawcami a nabywcami
- 2.4. Manipulowanie wynikami badań i dezinformowanie odbiorców
- 2.5. Nieetyczne praktyki badawcze
- 2.6. Badania marketingowe a ochrona prywatności
- 2.7. Testowanie produktów na zwierzętach

3. CIEMNA STRONA PRODUKTU

- 3.1. Produkt jako zasadniczy element oferty rynkowej przedsiębiorstwa
- 3.2. Szkodliwe produkty
- 3.3. Produkty z wadami
- 3.4. Podróbki i kopie produktów
- 3.5. Skracanie czasu używania produktu
- 3.6. Zwodnicze opakowanie

4. CIEMNA STRONA CENY I PROMOCJI SPRZEDAŻY

- 4.1. Cena i promocja sprzedaży jako narzędzia marketingu
- 4.2. Uczciwe i nieuczciwe ceny
- 4.3. Nieuczciwe i kontrowersyjne praktyki cenowe
- 4.4. Wojny i zmoły cenowe
- 4.5. Oszukańcza promocja sprzedaży
- 4.6. Ciemna strona handlowej promocji sprzedaży

5. CIEMNA STRONA SPRZEDAŻY I OBSŁUGI KLIENTA

- 5.1. Znaczenie sprzedaży i obsługi klienta w marketingu
- 5.2. Etyka sprzedaży
- 5.3. Manipulacyjne techniki sprzedaży osobistej
- 5.4. Nieuczciwe praktyki sprzedażowe
- 5.5. Korupcja w sprzedaży
- 5.6. Zwodniczy telemarketing
- 5.7. Nieuczciwa sprzedaż bezpośrednia
- 5.8. Ciemna strona obsługi klienta

6. CIEMNA STRONA ZARZĄDZANIA RELACJAMI Z KLIENTAMI

- 6.1. Zakres, znaczenie i narzędzia zarządzania relacjami z klientami
- 6.2. Błędy i wypaczenia w zarządzaniu relacjami z klientami
- 6.3. Faworyzowanie i dyskryminowanie klientów
- 6.4. Frustrujące programy lojalnościowe

7. CIEMNA STRONA KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

- 7.1. Komunikacja marketingowa jako narzędzie marketingu
- 7.2. Oszukiwanie w komunikacji marketingowej
- 7.3. Zwodnicza i nieuczciwa reklama
- 7.4. Ciemna strona komunikacji marketingowej w Internecie
- 7.5. Ukryty marketing
- 7.6. Komunikacja marketingowa wyrobów alkoholowych i tytoniowych
- 7.7. Greenwashing

ZAKOŃCZENIE

BIBLIOGRAFIA