

Budowa strategii marketingowej przedsiębiorstwa na przykładzie firmy Avon.

Wstęp.....3

Rozdział I

Nowoczesny marketing współczesnego przedsiębiorstwa.

1.1. Pojęcie marketingu i jego zadania.....5

1.2. Rodzaje marketingu..... 7

1.3. Narzędzia marketingu wykorzystywane w strategii przedsiębiorstwa.

1.4. Marketing a zachowania konsumentów.....35

Rozdział II

Istota strategii marketingowej

2.1. Pojęcie i przedmiot strategii marketingowej.....37

2.2. Zadania i funkcje.....40

2.3. Struktura strategii marketingowej.....43

Rozdział III

Przedsiębiorstwo Avon i jego strategia marketingowa.

3.1. Charakterystyka i profil działalności.....52

3.2. Podstawowe założenia strategii.....55

3.3. Sposoby realizacji strategii.....56

3.4. Wpływ strategii na sposób funkcjonowania firmy.....68

Zakończenie.....	.70
Spis rysunków, tabel.....	.72
Bibliografia.....	.73
Strony internetowe.....	.76