

Istniejące i potencjalne strategie marketingowe przedsiębiorstwa XYZ S.A. będącego liderem krajowego ryнку piwa

Wstęp.....3

Rozdział I

Marketing i strategie marketingowe

1.1.Mix marketingowy4

1.2. Specyfika rynku dóbr szybkozbywalnych (fmcg).....10

1.3. Strategie marketingowe w przedsiębiorstwie produkcyjnym z
branzy fmcg15

Rozdział II

XYZ na rynku piwa

2.1. Historia, struktura i działalność kompanii
piwowarskiej.....20

2.2. Rynek piwa w polsce.....23

2.3.Udział K.P w krajowym w rynku piwa28

2.4. Konkurencyjność kp na rynku piwa. Analiza 'swot' i
'pieciu sił'.32

Rozdział III

Strategie marketingowe przedsiębiorstwa XYZ S.A.

3.1. Analiza strategii produktu (portfela marek).....39

3.2. Analiza strategii przedsiębiorstwa na podstawie działań
zaliczanych do'pr'.....48

3.3. Analiza strategii cenowej i dystrybucji.....	60
3.4. Porównanie ogólnej strategii marketingowej z najważniejszymi konkurentami rynkowymi	

Zakończenie..... 68

Spis wykorzystanych źródeł.....	70
Spis stron internetowych.....	71
Spis wykresów.....	72
Spis tabel.....	73