

# **Istota Marketingu w działaniach przedsiębiorstwa**

## **Wstęp**

### **Rozdział I**

#### **Pojęcie i znaczenie marketingu**

1.1. Orientacja marketingowa.

1.2. Strategia marketingowa w zarządzaniu firmą

1.3. Miejsce strategii marketingowej w działalności przedsiębiorstwa

1.4. Rodzaj strategii marketingowej i kryteria jej wyboru.

1.5. Etapy formułowania strategii marketingowej oraz narzędzia ją wspomagające

### **Rozdział II**

#### **XYZ jako podmiot działań marketingowych**

2.1. Profil i zakres działalności przedsiębiorstwa

2.2. Analiza potencjału kadrowego firmy

2.3. Charakterystyka ekonomiki firmy.

### **Rozdział III**

#### **Podstawy formułowania strategii marketingowej dla firmy XYZ**

3.1. Działania marketingowe podejmowane obecnie w firmie (analiza SWOT)

3.2. Koncepcja strategii marketingowej i kierunki działań

3.3. Podsumowanie

**Zakończenie**

**Spis literatury**

**Spis rysunków**

**Spis tablic**