

Marketing w firmie XYZ

Wstęp3

Rozdział I.

Zarządzanie marketingowe w firmie

1.1. Pojęcie i cele marketingu5

1.2. Cele przedsiębiorstwa7

1.3. Strategia marketingowa – etapy i zasady konstrukcji.....9

1.4. Strategie marketingowe11

Rozdział II.

Firma XYZ jako uczestnik rynku

2.1. Charakterystyka branży 13

2.2. Historia firmy16

2.3. Struktura organizacyjna17

2.4. Zatrudnienie..... 19

2.5. Forma organizacyjno-prawna..... 21

2.6. Charakterystyka asortymentu spółki21

2.7. Kształtowanie sprzedaży22

2.8. Otoczenie bliższe..... 23

2.8.1. Konkurenci..... 23

2.8.2. Klienci24

2.8.3. Dostawcy24

2.9. Analiza PEST – otoczenie dalsze25

2.9.1. Otoczenie demograficzne..... 25

2.9.2. Otoczenie ekonomiczne..... 26

2.9.3. Otoczenie naturalne..... 28

2.9.4. Otoczenie technologiczne29

2.9.5. Otoczenie polityczne30

2.9.6. Otoczenie kulturowe.....30

2.10. Polityka spółki – polityka jakości31

Rozdział III.

Srodowisko marketingowe XYZ

- 3.1. Tworzenie przewagi rynkowej.....33
- 3.2. Analiza SWOT XYZ33
- 3.3. Marketing agresywny36
- 3.4. Strategie marketingowe w XYZ38

Literatura43