

Marketing w krajach Unii Europejskiej.

Wstęp.....3

Rozdział 1.

Kształtowanie produktu i asortymentu.....5

1.1. Zakres decyzji marketingowych dotyczących produktu.....5

1.2. Ustalenie cech materialnych.....5

1.3. Kształtowanie znaku cech materialnych.....8

1.4. Dywersyfikacja asortymentu.....19

Rozdział 2.

Cena.....22

2.1. Orientacje cenowe przedsiębiorstw.....22

Rozdział 3.

Tworzenie kanałów dystrybucji w krajach Unii Europejskiej.....31

3.1. Wprowadzenie nowoczesnych punktów sprzedaży.....32

3.2. Kooperacja , koncentracja i umowy między-narodowe firm handlowych.....37

3.3. Utrzymanie lojalności klientów wobec punktów sprzedaży detalicznej.....48

3.4. Przykłady polityki dystrybucji.....51

Rozdział 4.

Promocja.....54

4.1. Cel promocji.....54

4.2. Formy promocji i wielkości wydatków w krajach Unii

Europejskiej.....	55
4.3. Największe agencje reklamowe działające na rynku Unii Europejskiej.....	61
4.4. Środki przekazu wykorzystywane w promocji.....	63
4.5. Kampanie i style reklamy.....	68
4.6. Przykład działań promocyjnych.....	71
Zakończenie.....	74
Literatura.....	75