

Myslenie strategiczne determinantem rozwoju współczesnego przedsiębiorstwa

Rozdział 1.

Strategia i zasady strategicznego myslenia.

1.1. Strategia w ujęciu historycznym..... 3

1.2. Pojęcie i istota strategii..... 6

Rozdział 2.

Współczesny marketing- jego rola i znaczenie dla funkcjonowania przedsiębiorstw.

2.1. Istota marketingu..... 11

2.2. Funkcje marketingu.....17

2.3. Przedsiębiorstwo w otoczeniu marketingowym..... 19

Rozdział 3.

Wybrane strategie marketingowe i zasady ich stosowania.

3.1. Typologia i zasady formułowania strategii marketingowych.....26

3.2. Zasady stosowania określonych strategii..... 33

3.3. Wpływ strategicznego myslenia na zarządzanie i funkcjonowanie przedsiębiorstwa.....42

Zakończenie

Bibliografia

