

# Produkt jako instrument marketingowego oddziaływania na rynek.

**Wstęp.....3**

**Rozdział I**  
Produkt.....4

**Rozdział II**  
Klasyfikacja produktów i ich implikacje dla strategii marketingowej .....9

**Rozdział III**  
Rola strategii produktu dla celów marketingu.....16

**Rozdział IV**  
Zarządzanie portfelem produktu.....39

**Rozdział V**  
Pozycjonowanie produktu.....44

**Rozdział VI**  
Zarządzanie markami.....51

**Rozdział VII**  
Opakowanie, znak towarowy produktu.....55

**Rozdział VIII**  
Decyzje odnosnie asortymentu.....57

**Rozdział IX**  
Badania marketingowe zwiazane z produktem.....61

Literatura.....69

Uwaga: Brak przypisów.