

Przesłanki formułowania strategii marketingowych przedsiębiorstwa na przykładzie Tauron Polska Energia S.A.

Wstęp.....1

Rozdział I

Istota i rola strategii marketingowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem

1. Kierunki zarządzania strategicznego.....2
2. Istota i rodzaje strategii marketingowych.....4
3. Obszary strategiczne przedsiębiorstwa.....7

Rozdział II

Etapy formułowania strategii rozwoju przedsiębiorstwa

1. Metody diagnozy przedsiębiorstwa.....9
2. Misja i cele rozwojowe przedsiębiorstwa.....13
3. Określenie strategii marketingowych przedsiębiorstwa.....14
4. Środki realizacji strategii.....16
5. Wdrażanie strategii i kontrola.....18

Rozdział III

Próba formułowania strategii marketingowych na przykładzie Tauron Polska Energia S.A.

1. Charakterystyka Tauron Polska Energia S.A.....21
2. Ustalenie mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń Tauron Polska Energia S.A.....24

3. Cele i strategie rozwojowe Tauron Polska Energia S.A.....	25
4. Założenia działań marketingowych Tauron Polska Energia S.A.....	27
5. Wdrożenie, przeprowadzenie i ocena strategii Tauron Polska Energia S.A.....	28

Zakończenie30

Bibliografia31

Spis tabel32

Spis rysunków32