

# **Strategia marketingowa firmy Regionalna Grupa Detaliczna Sp. z o.o. i próba rynkowej oceny jej elementów**

**Wstęp.....3**

**Rozdział 1.**

Pojęcie strategii przedsiębiorstwa

1.2 Istota strategii przedsiębiorstwa i jej główne komponenty  
.....5

1.2 Strategia marketingowa i jej miejsce w strukturze  
strategii przedsiębiorstwa..... 12

1.3 Rodzaje strategii marketingowych przedsiębiorstwa..... 15

**Rozdział 2.**

**Proces tworzenia strategii marketingowej i jej elementy**

2.1 Analiza otoczenia konkurencyjnego a formułowanie celów  
strategicznych..... 22

2.2 Segmentacja i wybór rynków docelowych..... 28

2.3 Wykorzystanie elementów marketingu mix tworzeniu strategii  
marketingowej.....31

**Rozdział 3.**

**Firma regionalna grupa detaliczna sp. Z o.o. Jako obiekt badań**

3.1 Powstanie i rozwój firmy..... 35

3.2 Oferta asortymentowa .....39

3.3 Strategia marketingowa firmy i sposoby jej realizacji.....

**Rozdział 4.**

**Realizacja strategii marketingowej firmy regionalna grupa  
detaliczna sp. Z o.o. W ocenie klientów.**

4.1 Cel, hipotezy badawcze i metodyka badań..... 49

4.2 Prezentacja próby badawczej i wyników badań..... 50

4.3 Weryfikacja hipotez.....57

**Zakończenie.....59**

**Bibliografia..... 60**

**Spis tabel, wykresów i rysunków..... 62**

**Załącznik nr 1 – ankieta .....63**