

Strategia marketingowa firmy XYZ, (firma działająca na rynku reklamowym jako dostawca komponentów do tworzenia przestrzennych form wizualnych)

Wstęp.....3

Rozdział I.

Pojęcie strategii firmy

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

1.2. Miejsce strategii marketingowej w strukturze strategii przedsiębiorstwa 12

1.3. Rodzaje strategii marketingowych przedsiębiorstwa.....15

Rozdział II.

Charakterystryka i ogólna analiza firmy XYZ

2.1. Opis branży tworzyw sztucznych.....25

2.2. Opis firmy XYZ 29

2.3. Wewnętrzne działania i struktura organizacyjna firmy XYZ 33

Rozdział III.

Ogólne postanowienia w działalności firmy XYZ

3.1. Misja jako podstawa funkcjonowania firmy.....37

3.2. Analiza SWOT jako metoda oceny sytuacji 40

3.3. Cele działania firmy XYZ 46

Rozdział IV.

Strategia marketingowa firmy XYZ i propozycje jej zmian

4.1. Ogólna strategia działania firmy XYZ 49

4.2. Marketing-mix jako podstawa do formułowania strategii marketingowej przedsiębiorstwa 50

Zakończenie.....74

Bibliografia 78

Spis rysunków 80