

Strategia marketingowa i jej znaczenie w zarządzaniu firma XYZ

Wstęp.....3

Rozdział 1.

Istota i zasady formułowania strategii marketingowej.

1.1. Pojęcie strategii marketingowej i jej funkcje.....5

1.2. Podstawowe rodzaje strategii marketingowych.....8

1.3. Procedura tworzenia strategii marketingowej.....11

1.4. Instrumenty wdrażania strategii marketingowych w przedsiębiorstwie.....14

Rozdział 2.

Charakterystyka firmy XYZ

2.1. Historia firmy, misja i przedmiot działalności.....24

2.2. Zarządzanie i struktura organizacyjna.....30

2.3. Asortyment oferowanych usług.....34

2.4. Rynek i konkurencja.....39

Rozdział 3.

Formułowanie strategii marketingowej firmy XYZ.

3.1. Analiza otoczenia marketingowego i potencjału firmy.....45

3.2. Segmentacja rynku firmy.....52

3.3. Cele strategii marketingowej.....54

3.4. Programy według instrumentów marketingu – mix.....55

3.5. Harmonogram realizacji strategii.....60

Zakończenie.....	61
Bibliografia.....	63
Spis tabel.....	69
Spis rysunków.....	69
Załączniki	70