

Strategia marketingowa na tle strategii ogólnej XYZ sp. z o.o. (Firma handlowo – usługowa) .

Wstęp.....2

Rozdział I.

Strategia marketingowa w ogólnej strategii przedsiębiorstwa.....4

1.1. Istota strategii przedsiębiorstwa.....4

2.2. Strategia marketingowa.....6

2.3. Rodzaje strategii marketingowych.....15

2.4. Umieszczenie funkcji marketingowych w strukturze organizacyjnej przedsiębiorstwa.....24

Rozdział II.

Charakterystyka firmy XYZ sp. z o.o.....29

2.1. Historia spółki.....29

2.2. Organizacja funkcji w XYZ sp. z o.o.....36

2.3. Powiązania przedsiębiorstwa w kanałach dystrybucji.....45

Rozdział III.

Analiza strategiczna.....48

3.1. Analiza strategiczna – analiza potencjału wewnętrznego.....48

4.2. Analiza strategiczna spółki XYZ.....57

3.3. Cele strategiczne spółki XYZ.....	69
3.4. Strategia marketingowa XYZ sp. z o.o.....	72

Zakończenie.....	78
-------------------------	-----------

Bibliografia.....	79
--------------------------	-----------

Spis tabel.....	80
------------------------	-----------

Spis rysunków.....	81
---------------------------	-----------

Załączniki.....	82
------------------------	-----------