

Strategia marketingowa przedsiębiorstwa XYZ.

Wstęp.....3

Rozdział I.

**Analiza rynku jako element analizy strategicznej
przedsiębiorstwa**

1.1. Analiza konkurencji6

1.2. Analiza klientów13

Rozdział II.

Charakterystyka marketingu

2.1. Pojęcie marketingu i funkcje marketingowe15

2.2. Nowe propozycje marketingowe XYZ38

Rozdział III.

Polski rynek farb i lakierów

3.1. Polscy producenci farb i lakierów 42

3.2. XYZ jako producent farb i lakierów 50

Zakończenie53

Spis tabel 55

Bibliografia 56