

# Strategia marketingowa w firmie komputerowej

## Wstęp

### Rozdział 1.

Strategia marketingowa – zagadnienia wstępne

1.1. Istota strategii przedsiębiorstwa

1.2. Strategia marketingowa

1.3. Rodzaje strategii marketingowych

### Rozdział 2.

Charakterystyka i zakres działania spółki

### Rozdział 3.

Analiza SWOT

### Rozdział 4.

Otoczenie firmy X

4.1. Analiza otoczenia metoda PEST

4.2. Analiza otoczenia w odniesieniu do Pieciu Sił Portera

### Rozdział 5.

Elementy strategii marketingowej w zakresie firmy X

5.1 Segmentacja i wybór rynku docelowego

5.2. Kształtowanie asortymentu produktów

5.3. Wykorzystanie instrumentów związanych z produktem w kreowaniu przewagi konkurencyjnej

## Zakończenie

## **Bibliografia**