

Strategiczny plan marketingowy przedsiębiorstwa XYZ na lata 2001-2003

Wprowadzenie.....3

Rozdział I

Opis otoczenia rynkowego.....5

1. Sytuacja społeczno gospodarcza.....5
2. Charakterystyka polskiego rynku AGD.....21
 - 2.1. Determinanty potencjalnego popytu.....28
 - 2.2. Podaż wyrobów AGD.....30

Rozdział II.

Analiza sytuacyjna przedsiębiorstwa.....55

1. Analiza ABC.....59
2. Analiza portfelowa produktów macierza GE.....68
3. Analiza SWOT.....74

Rozdział III.

Strategia marketingowa rozwoju przedsiębiorstwa.....76

1. Strategiczne cele XYZ.....77
2. Strategie działania79
3. Narzędzia i środki realizacji wyznaczonego planu.....81
4. Uwarunkowania wdrozeniowe.....83

Zakończenie.....89

Literatura.....90

Zalacznik 1. Wybrane wskaźniki gospodarcze za lata 1998 – 2000 w ujęciu kwartalnym.....	92
Zalacznik 2. Wybrane wskaźniki gospodarcze za lata 1999 – 2000 w ujęciu miesięcznym.....	94
Zalacznik 3. Sprzedaż wyrobów firmy xyz w latach 1998 – 2000 (w szt.).....	96
Zalacznik 4. Sprzedaż wyrobów firmy xyz z podziałem na kraj i eksport w latach 1998 – 2000 (w zł).....	97