

# **Szanse i ograniczenia polskich produktów regionalnych w Unii Europejskiej.**

## **Wstęp**

### **Rozdział I.**

Szanse i zagrożenia funkcjonowania polskich firm na rynku europejskim

### **Rozdział II.**

Produkt w ujęciu międzynarodowym

2.1. Teorie wymiany międzynarodowej

2.2. Produkt jako narzędzie marketingu międzynarodowego

2.3. Cykl życia produktu

### **Rozdział III.**

**Ogólne korzyści i straty wynikające z członkostwa Polski w Unii Europejskiej**

### **Rozdział IV.**

Polskie produkty regionalne na rynku polskim

4.1 Polskie przepisy prawne dotyczące produktów regionalnych i tradycyjnych

4.2. Funkcjonowanie firm wytwarzających produkty regionalne i tradycyjne na rynku polskim

### **Rozdział V.**

**Polskie produkty regionalne na rynku europejskim**

5.1. Regulacje Unii Europejskiej dotyczące produktów regionalnych

5.2. Szanse i ograniczenia polskich przedsiębiorstw

wytwarzających produkty regionalne na rynku europejskim

**Podsumowanie**

**Bibliografia**