

Zarządzanie marketingiem w małym przedsiębiorstwie na przykładzie Zakładu Betoniarско – Kamieniarskiego

Wstęp3

Rozdział 1

Teoretyczne zasady zarządzania marketingiem

- 1.1. Istota zarządzania marketingiem..... 6
- 1.2. Marketingowa koncepcja zarządzania..... 8
- 1.3. Strategia marketingowa..... 10
- 1.4. Segmentacja rynku..... 13
- 1.5. Pozycjonowanie firmy na rynku..... 15
- 1.6. Formy konkurencji..... 16
- 1.7. Marketing mix18

Rozdział 2

Charakterystyka rynku kamieniarskiego

- 2.1. Polski rynek kamieniarski23
- 2.2. Podział rynku kamieniarskiego..... 26
- 2.2. Charakterystyka materiałów kamieniarskich..... 28
- 2.3. Proces pozyskiwania materiałów skalnych..... 33
- 2.5. Konkurencja na rynku kamieniarskim34
- 2.6. Marketing mix w usługach (7P)35

Rozdział 3

Marketing Zakładu Betoniarско Kamieniarskiego

3.1. Historia firmy kamieniarskiej na podstawie Zakładu Betoniarsko Kamieniarskiego i zakres jej działalności.....	38
3.2. Struktura organizacyjna firmy	41
3.3. Zakres działalności firmy	47
3.4. Analiza SWOT	49
3.5. Działania marketingowe	55
3.6. Pozostałe elementy marketingu- mix w zakładzie kamieniarskim	59

Podsumowanie63

Literatura65

Inne źródła67

Spis rysunków68

Spis tabel68