

# Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwem handlowym na przykładzie sieci XYZ

**Wstęp..... 4**

**Rozdział 1.**

Marketingowe zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym

1.1.Miejsce marketingu w zarządzaniu przedsiębiorstwem..... 5

1.2.Rola i znaczenie handlu w gospodarce rynkowej..... 10

1.3.Instrumenty marketingowe stosowane w handlu..... 16

1.4.Istota zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwie handlowym..... 21

**Rozdział 2.**

**Zarządzanie marketingowe w sieci XYZ.**

2.1. Handel detaliczny w Polsce..... 27

2.2. Charakterystyka sieci XYZ..... 32

2.3. Struktura organizacyjna i profile działalności sieci XYZ..... 38

2.4. Miejsce marketingu w działalności sieci Biedronka..... 42

2.5. Charakterystyka instrumentów marketingowych stosowanych w sieci XYZ..... 46

2.6. Zarządzanie marketingowe w sieci XYZ w świetle badań empirycznych..... 57

**Rozdział 3.**

**Kierunki usprawnień zarządzania marketingowego w sieci XYZ.**

3.1. Perspektywy rozwoju sieci Biedronka..... 70

3.2. Kierunki usprawnien działalności marketingowej sieci  
XYZ..... 73

**Zakończenie..... 82**

**Bibliografia..... 85**

**Spis rysunków..... 88**

**Spis tabel..... 89**

**Aneks..... 90**