

Zarządzanie marketingowe w małej firmie na przykładzie spółki XYZ.

Wprowadzenie3

Rozdział 1.

Istota oraz funkcje zarządzania

1.1. Pojęcie zarządzania organizacjami 4

1.2. Funkcje zarządzania12

1.3. Zarządzanie marketingowe oraz jego podstawowe elementy20

Rozdział 2.

Analiza strategiczna jako podstawa działalności firmy

2.1. Istota badań marketingowych24

2.2. Charakterystyka podstawowych analiz strategicznych w przedsiębiorstwach28

2.3. Analiza strategiczna jako podstawa działań firmy31

Rozdział 3.

Charakterystyka firmy 'XYZ'

3.1. Historia firmy 'XYZ'36

3.2. Zakres działalności przedsiębiorstwa produkcyjno – handlowego 'XYZ'46

Rozdział 4.

Analiza strategiczna przedsiębiorstwa 'XYZ'

4.1. Teoretyczna prezentacja metody badawczej	58
4.2. Analiza strategiczna oraz strategia marketingowa dla firmy 'XYZ'	62

Zakończenie	66
--------------------------	-----------

Literatura	67
-------------------------	-----------

Spis tablic i rysunków	69
-------------------------------------	-----------