

Zastosowanie marketingu w działaniach menedżera.

Wstęp

Rozdział I

Marketingowe zarządzanie przedsiębiorstwem

- 1.1. Marketing jako sposób kierowania przedsiębiorstwem w gospodarce rynkowej
- 1.2. Istota zarządzania przedsiębiorstwem
- 1.3. Misja i główne cele przedsiębiorstwa
- 1.4. Elementy zarządzania w przedsiębiorstwie
- 1.5. Zadania i narzędzia zarządzania marketingowego

Rozdział II

Miejsce menedżera w marketingu

- 2.1. Pojęcie i charakterystyka menedżera
- 2.2. Rola i znaczenie menedżera w marketingu
- 2.3. Wizerunek skutecznego menedżera
- 2.4. Decyzje menedżerskie związane z polityką produktu
- 2.5. Polityka sprzedaży – wyzwanie dla menedżera
- 2.6. Polityka komunikacji – kształtowanie globalnego wizerunku firmy
- 2.7. Cena jako obszar decyzji marketingowych
- 2.8. Rola informacji w procesie podejmowania decyzji
- 2.9. Kierowanie ludźmi w przedsiębiorstwie – kompetencje menedżera

Rozdział III

Analiza wpływu menedżera na przedsiębiorstwo z punktu widzenia pracownika

- 3.1. Charakterystyka struktury organizacyjnej firm: Oriflame i Roche Polska
- 3.2. Analiza wpływu menedżera na przedsiębiorstwo – Oriflame
- 3.3. Analiza wpływu menedżera na przedsiębiorstwo – Roche

Polska

3.4. Analiza porównawcza opinii pracowników w badanych firmach

Zakończenie

Bibliografia

Spis rysunków