

Zmiany w polityce marketingowej przedsiębiorstw w związku z wejściem Polski do Unii Europejskiej

Wstęp..... 4

Rozdział I.

Pojęcie i istota marketingu przedsiębiorstw

1.1 Pojęcie marketingu 6

1.2 Marketing na rynku europejskim..... 13

1.3 Współczesne tendencje w marketingu przedsiębiorstw i polityka marketingowa..... 15

Rozdział II.

Narzędzia marketingu mix na rynku międzynarodowym

2.1 Produkt w marketingu międzynarodowym 23

2.2 Kanały dystrybucji w marketingu międzynarodowym..... 24

2.3 Promocja międzynarodowa 26

2.4 Ceny w marketingu międzynarodowym 26

Rozdział III.

Przykłady działalności polskich firm na rynku europejskim

3.1 Firma działająca na rynku unijnym przed przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej..... 28

3.2 Firma działająca na rynku unijnym po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej..... 41

Rozdział IV.

Rozważania na temat możliwości i zagrożeń firm działających na rynku unijnym lub chcących wejść na te rynki62

Bibliografia74

Spis tabel	76
Spis schematów.....	77
Spis wykresów	78