

Spis treści

1. Istota marketingu	5
1.1. Gra o nabywców na rynku	5
1.2. Potrzeby ludzkie i ich zaspokajanie	5
1.3. Otoczenie rynkowe	7
1.4. Charakterystyka marketingu	8
1.5. Rola marketingu w dobie globalizacji gospodarki	9
1.6. Marketing a etyka	11
2. Badanie rynku	13
2.1. Czynniki kształtujące potrzeby	13
2.2. Marketingowe informacje o rynku produktów	14
2.3. Istota i metody analizy rynku	16
2.4. Bezpośredni sondaż rynku	17
2.5. Segmentacja rynku nabywców	19
3. Kształtowanie produktu	20
3.1. Cechy produktów i ich klasyfikacja marketingowa	20
3.2. Różnicowanie i pozycjonowanie produktów	21
3.3. Cykl życia produktów	22
3.4. Asortyment produktów	23
3.5. Marka przedsiębiorstwa i produktów	23
3.6. Zapewnienie jakości produktom	24
4. Polityka cen	25
4.1. Ustalanie poziomu cen produktów	25
4.2. Wpływ zmiany cen na sprzedaż i zysk	27
4.3. Strategie cenowe	28
4.4. Negocjacje dotyczące cen	29
4.5. Ustalanie cen na giełdzie, aukcji i przetargu	31
5. Dystrybucja produktów	32
5.1. Kanály dystrybucji produktów	32
5.2. Rodzaje i systemy dystrybucji produktów	33
5.3. Rola handlu hurtowego w dystrybucji produktów	34
5.4. Rola handlu detalicznego w dystrybucji produktów	34
5.5. Fizyczny przepływ produktów	36

6. Promocja	37
6.1. Cele i rodzaje promocji	37
6.2. Reklama	38
6.3. Opakowanie produktu	39
6.4. Sprzedaż osobista	40
6.5. Promocja sprzedaży	41
6.6. Promocja bezpośrednia	41
6.7. Kształtowanie wizerunku firmy	43
7. Organizacja marketingu w przedsiębiorstwie	43
7.1. Koncepcja organizacji marketingu w przedsiębiorstwie	43
7.2. Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwem	45
7.3. Strategie marketingowe	45
7.4. Planowanie strategiczne zorientowane na rynek	46
7.5. Planowanie marketingowe	48
8. Przepisy prawne regulujące działania marketingowe	50
8.1. Praktyki ograniczające konkurencję	50
8.2. Praktyki naruszające interesy konsumentów	51
8.3. Organizacje ochrony konkurencji i konsumentów	52
8.4. Sankcje za naruszanie przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów	52
8.5. Ochrona konkurencji i konsumenta przez ONZ i Unię Europejską	53