

SPIS TREŚCI

Wstęp	4
I. Co to jest marketing	5
II. Marketing mix	19
III. Segmentacja rynku	23
IV. Badania marketingowe	28
V. Produkt	36
VI. Cena	54
VII. Dystrybucja	64
VIII. Promocja	75
IX. Plan marketingu	82
Odpowiedzi do wybranych ćwiczeń	86
Bibliografia	95