

Spis treści

Wstęp	7
1. Elementy marketingu na rynku międzynarodowym	9
Pojęcie marketingu na rynku międzynarodowym	9
Badania marketingowe rynku międzynarodowego	12
Pojęcie i specyfika badań	12
Rodzaje badań	15
Źródła informacji i metody badań	27
Etapy strategii na rynku międzynarodowym	35
2. Selekcja rynków zagranicznych i wybór formy działania na nich	47
Wybór rynków zagranicznych	47
Wybór formy działania na rynku międzynarodowym	54
Charakterystyka form działania na rynku międzynarodowym	58
Działania eksportowe	58
Działania kooperacyjne bez udziału kapitału	67
Działania kooperacyjne z udziałem kapitału	71
Inwestycje bezpośrednie	77
3. Strategie marketingowe na rynku międzynarodowym	81
Rodzaje strategii marketingowych na rynku międzynarodowym	81
Strategia marketing mix na rynku międzynarodowym	89
Polityka produktu	90
Polityka cenowa	106
Polityka dystrybucji	132
Polityka promocji	149

Organizacja marketingu w przedsiębiorstwie działającym na rynku międzynarodowym	167
Euromarketing – podstawy koncepcji	174
4. Strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym – studia przypadków	177
Strategia firmy Avon na rynku międzynarodowym	179
Strategia promocji firmy Benetton na rynku międzynarodowym	181
Strategia firmy Hachette Distribution Services na rynku międzynarodowym	183
Strategia firmy Levi Strauss & Co na rynku światowym	184
Wejście na polski rynek zagranicznych firm handlu detalicznego i hurtowego	186
Strategie marketingowe firmy Honda na polskim rynku	190
Strategia marketingowa Świata Książki (koncern Bertelsmanna z RFN) na polskim rynku	193
Wejście na polski rynek niemieckiej firmy Stollwerck	196
Strategia wejścia na polski rynek firmy Cadbury	198
Wejście na polski rynek firmy Lexmark International	200
Działania marketingowe i strategia wejścia na polski rynek firm Algida i Schöller	202
Strategia działania firmy ABB na rynku międzynarodowym	204
Działania na rynkach zagranicznych przedsiębiorstwa Relpol SA	208
Strategia firmy Dr Eris na rynku międzynarodowym	209
Strategia marketingowa firmy LPP SA na rynku międzynarodowym	212
Strategie działania firmy Polifarb Cieszyń-Wrocław SA na rynku międzynarodowym	215
Strategia działania firmy Atlas na rynkach zagranicznych	217
Działania firmy Kamis Przyprawy SA na rynkach zagranicznych	220
Zakończenie.....	223
Literatura	225
Indeks	229