

Spis treści

Rozdział I	
Gospodarka rynkowa	5
Rozdział II	
Sprzedaż	26
Rozdział III	
Marketing	32
Rozdział IV	
Możliwości marketingowe a zmiany w otoczeniu firmy	52
Rozdział V	
Postępowanie konsumenta na rynku	74
Rozdział VI	
Postępowanie przedsiębiorstwa na rynku	114
Rozdział VII	
Relacje między sprzedażą a marketingiem	141
Rozdział VIII	
Strategie marketingowe	170
Rozdział IX	
Wybrane elementy rynku rolno-żywnościowego	196
Rozdział X	
Rynki towarowe wybranych produktów żywnościowych	211
Rozdział XI	
Marketing w agrobiznesie	226
Literatura	240