

Spis rozdziałów

Wprowadzenie	ix
1 Marketing w XXI wieku	1
2 Zrozumieć nabywcę	45
3 Analiza konkurencyjna	89
4 Strategia marki	137
5 Reklama i sprzedaż	181
6 Strategia wejścia na rynek i nowe technologie	225
7 Sprzedaż detaliczna i bezpośrednia	273
8 Marketing sektorów	321
9 Nowe media marketingowe	363
10 Marketing międzynarodowy	415