

Spis treści

CZĘŚĆ PIERWSZA – WZORCE WALKI O RYNEK

WPROWADZENIE I	7
Rozdział pierwszy	
Agonologia – ogólna wiedza o zwalczaniu	15
Rozdział drugi	
Ocena położenia – raport służb wywiadu	39
Rozdział trzeci	
Plan marketingowy – raport sztabu	59
Rozdział czwarty	
Przebieg walki – o współdziałaniu	81

CZĘŚĆ DRUGA – EMOCJE I WYBORY MORALNE

WPROWADZENIE II	97
Rozdział piąty	
Tchórzostwo / odwaga	101
Rozdział szósty	
Zemsta / przebaczenie	111
Rozdział siódmy	
Zdrada / wierność	121

SUPLEMENTY

Suplement I:	
Geniusz walki, czyli wartość twórczego podejścia w marketingu	132
Suplement II:	
O braterstwie broni w walce o rynek	137
Suplement III:	
Jak zdobywać swój rynek bez pieniędzy	141
Suplement IV:	
Alianse przeciw trzeciemu	145
Summary	149
Podziękowania	151