

Spis treści

1. ISTOTA MARKETINGU	3
2. BADANIA MARKETINGOWE	15
3. STRATEGIA PRODUKTU	36
4. STRATEGIA CENY	52
5. DYSTRYBUCJA TOWARÓW W MARKETINGU.....	62
6. PROMOCJA JAKO NARZĘDZIE MARKETINGU	74
7. PLANOWANIE DZIAŁALNOŚCI MARKETINGOWEJ ORAZ KONTROLA PLANU DZIAŁAŃ	87
8. PRZEPISY PRAWNE REGULUJĄCE DZIAŁALNOŚĆ MARKETINGOWĄ.....	99