

Zmiany w polityce marketingowej przedsiębiorstw w związku z wejściem do UE

87 stron, 20 pozycji w bibliografii

Wstęp 4

Rozdział pierwszy:

Pojęcie i istota marketingu przedsiębiorstw 5

1.1. Pojęcie marketingu 6

1.2 Współczesne tendencje w marketingu przedsiębiorstw i polityka marketingowa 12

Rozdział drugi:

Narzędzia marketingu mix na rynku międzynarodowym 22

2.1 Produkt w marketingu międzynarodowym 25

2.2 Kanały dystrybucji w marketingu międzynarodowym 27

2.3 Promocja międzynarodowa 29

Rozdział trzeci:

Przykłady działalności polskich firm na rynku europejskim 31

3.1 Firma działająca na rynku unijnym przed przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej 32

3.2 Firma działająca na rynku unijnym po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej 51

Rozdział czwarty:

Rozważania na temat możliwości i zagrożeń firm działających na rynku unijnym lub chcących wejść na te rynki 69

Podsumowanie

Bibliografia 81

Spis tabel 84

Spis schematów 85

Spis wykresów 86

Spis rysunków 87

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis