

# Spis treści

Wstęp .....	9
<b>Część pierwsza. Podstawy marketingu</b>	
<b>Rozdział 1. Istota i rozwój marketingu (Józef Perenc) .....</b>	<b>13</b>
1.1. Teoria w pigułce .....	13
1.2. Test .....	21
1.3. Zdania do uzupełnienia .....	23
1.4. Zadania problemowe .....	23
<b>Rozdział 2. Znaczenie otoczenia marketingowego dla organizacji (Izabela Ostrowska) .....</b>	<b>25</b>
2.1. Teoria w pigułce .....	25
2.2. Test .....	31
2.3. Zdania do uzupełnienia .....	33
2.4. Zadania problemowe .....	33
<b>Rozdział 3. Zastosowanie badań marketingowych w organizacji (Joanna Hołub, Agnieszka Smalec) .....</b>	<b>35</b>
3.1. Teoria w pigułce .....	35
3.2. Test .....	46
3.3. Zdania do uzupełnienia .....	47
3.4. Zadania problemowe .....	48
<b>Rozdział 4. Proces segmentacji (Urszula Chrachol) .....</b>	<b>50</b>
4.1. Teoria w pigułce .....	50
4.2. Test .....	57
4.3. Zdania do uzupełnienia .....	58
4.4. Zadania problemowe .....	59
<b>Rozdział 5. Zachowania nabywców indywidualnych w procesie zakupu (Izabela Ostrowska) .....</b>	<b>60</b>
5.1. Teoria w pigułce .....	60
5.2. Test .....	67
5.3. Zadania problemowe .....	69
<b>Rozdział 6. Polityka produktu w organizacji (Agnieszka Smalec) .....</b>	<b>71</b>
6.1. Teoria w pigułce .....	71
6.2. Test .....	87
6.3. Zdania do uzupełnienia .....	88
6.4. Zadania problemowe .....	89

<b>Rozdział 7. Polityka cenowa w organizacji (Magdalena Małachowska, Kamila Peszko)</b> .....	91
7.1. Teoria w pigułce .....	91
7.2. Test .....	98
7.3. Zdania do uzupełnienia .....	99
7.4. Zadania problemowe .....	100
<b>Rozdział 8. Polityka dystrybucji w organizacji (Urszula Chraćhol, Leszek Gracz)</b> .....	101
8.1. Teoria w pigułce .....	101
8.2. Test .....	105
8.3. Zdania do uzupełnienia .....	107
8.4. Zadania problemowe .....	107
<b>Rozdział 9. Polityka promocji w organizacji (Kamila Peszko)</b> .....	109
9.1. Teoria w pigułce .....	109
9.2. Test .....	120
9.3. Zdania do uzupełnienia .....	121
9.4. Zadania problemowe .....	122
<b>Rozdział 10. Miejsce personelu w budowaniu potencjału organizacji (Kamila Peszko)</b> .....	123
10.1. Teoria w pigułce .....	123
10.2. Test .....	128
10.3. Zdania do uzupełnienia .....	129
10.4. Zadania problemowe .....	129
 <b>Część druga. Wybrane obszary zastosowania marketingu</b>	
<b>Rozdział 11. Specyfika marketingu na rynku dóbr konsumpcyjnych (Izabela Ostrowska)</b> .....	133
11.1. Teoria w pigułce .....	133
11.2. Test .....	137
11.3. Zadania problemowe .....	139
<b>Rozdział 12. Specyfika marketingu na rynku dóbr instytucjonalnych (Izabela Ostrowska)</b> .....	141
12.1. Teoria w pigułce .....	141
12.2. Test .....	148
12.3. Zadania problemowe .....	149
<b>Rozdział 13. Istota i rozwój marketingu usług (Grażyna Rosa)</b> .....	151
13.1. Teoria w pigułce .....	151
13.2. Test .....	156
13.3. Zdania do uzupełnienia .....	158
13.4. Zadania problemowe .....	158
<b>Rozdział 14. Miejsce handlu we współczesnym marketingu (Kamila Peszko)</b> .....	159
14.1. Teoria w pigułce .....	159
14.2. Test .....	166
14.3. Zdania do uzupełnienia .....	168
14.4. Zadania problemowe .....	168

---

<b>Rozdział 15. Specyfika marketingu w Internecie (Leszek Gracz)</b> .....	170
15.1. Teoria w pigułce .....	170
15.2. Test .....	175
15.3. Zadania problemowe .....	176
<b>Rozdział 16. Istota i rozwój marketingu społecznego (Grażyna Rosa)</b> .....	178
16.1. Teoria w pigułce .....	178
16.2. Test .....	181
16.3. Zdania do uzupełnienia .....	182
16.4. Zadania problemowe .....	183
<b>Rozdział 17. Marketing na międzynarodowym rynku (Agnieszka Smalec)</b> .....	184
17.1. Teoria w pigułce .....	184
17.2. Test .....	195
17.3. Zdania do uzupełnienia .....	197
17.4. Zadania problemowe .....	198
<b>Rozdział 18. Zarządzanie i planowanie marketingowe w organizacji.</b>	
<b>Strategie marketingowe (Leszek Gracz)</b> .....	199
18.1. Teoria w pigułce .....	199
18.2. Test .....	204
18.3. Zadania problemowe .....	205
<b>Rozwiązania testów</b> .....	206
<b>Bibliografia</b> .....	207