

Spis treści

Wstęp		7
Podziękowania		9
Część pierwsza.	Wprowadzenie w kontekst marketingu	11
Rozdział 1.	Czym jest marketing i do czego służy?	13
Rozdział 2.	System marketingowy	29
Rozdział 3.	Współczesne kwestie i konteksty marketingowe	99
Część druga.	Narzędzia marketingowe	167
Rozdział 4.	Produkt	169
Rozdział 5.	Cena	199
Rozdział 6.	Strategia dystrybucji	227
Rozdział 7.	Promocja	249
Rozdział 8.	Mieszanka marketingowa dla usług: ludzie, świadectwo materialne i proces	273
Część trzecia.	Niezbędne umiejętności	293
Rozdział 9.	Zbieranie informacji i zarządzanie nimi	295
Rozdział 10.	Marketing a finanse	313
Rozdział 11.	Zarządzanie ludźmi	333
Rozdział 12.	Zarządzanie projektami	363
Rozdział 13.	Konsulting	385

Część czwarta. Synteza	405
Rozdział 14. Rozwój nowych produktów	407
Rozdział 15. Jakość rynkowa	427
Rozdział 16. Plan marketingowy	445
 Zalecana literatura	 459
Słowniczek	463
Indeks	471