

MARKETING W FIRMIE , podstawy teoretyczne studia przypadków  
Autorzy: Kornelia Karcz, Zofia Kędzior

## CZĘŚĆ 1. Marketing- podstawy teoretyczne

### Rozdział 1. System marketingu, strategię i plany marketingowe

1. System marketingu
2. Procedura budowy strategii marketingowej
3. Normatywne strategię marketingowe
4. Procedura planowania marketingowego

### Rozdział 2. System informacji marketingowej w firmie

1. Proces podejmowania decyzji a potrzeby informacyjne

## CZĘŚĆ 2. Studia przypadków

1. Jak analizować case?
2. Decyzje a informacje, czyli co trzeba najpierw wiedzieć, żeby potem działać- case 1
3. Jak wybierać agencję badań marketingowych- case 2
4. Który projekt lepszy, czyli jak wybierać badaczy rynku przemysłowego- case 3
5. Ocen realizację projektu badawczego- case 4
6. Zaprojektuj badania marketingowe- case 5
7. Jak ocenić mocne i słabe strony firmy na TI szans i zagrożeń- case 6
8. Spróbuj zbudować plan marketingowy- case 7
9. Jak zbudować komunikat promocyjny- case 8