Strategia marketingowa przedsiębiorstwa przemysłowego na przykładzie Centra S.A.

Spis Treści

WSTĘP 3

1. ISTOTA I ZNACZENIE STRATEGII MARKETINGOWEJ W PRZEDSIĘBIORSTWIE PRZEMYSŁOWYM 5
1.1. Pojęcie strategii marketingowej 5
1.2. Rodzaje strategii marketingowych 7
1.3. Cechy marketingu dóbr przemysłowych 10
1.4. Procedura tworzenia strategii marketingowych w przedsiębiorstwach przemysłowych 18

2. CHARAKTERYSTYKA DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA CENTRA S.A. I ANALIZA JEGO OTOCZENIA 28
2.1. Geneza i etapy rozwoju przedsiębiorstwa 28
2.2. Forma prawna oraz powiązania organizacyjne i kapitałowe przedsiębiorstwa 29
2.3. Przedmiot działalności Centra S.A. 30
2.4. Analiza makrootoczenia 30
2.4.1. Otoczenie ekonomiczne 31
2.4.2. Otoczenie międzynarodowe 33
2.4.3. Otoczenie demograficzne 34
2.4.4. Otoczenie technologiczne 34
2.4.5. Otoczenie społeczne 36
2.4.6. Otoczenie regulacyjno-prawne 38
2.5. Analiza mikrootoczenia. 39
2.5.1. Dostawcy 39
2.5.2. Odbiorcy 41
2.5.3. Groźba pojawienia się nowych konkurentów 43
2.5.4. Bariery wejścia do sektora 44

2.5.5. Groźba pojawienia się substytutów 44
2.5.6. Konkurencja wewnątrzsektorowa 45
2.6. Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa 46

3. ANALIZA PROCESU TWORZENIA STRATEGII MARKETINGOWEJ W PRZEDSIĘBIORSTWIE CENTRA S.A. 53
3.1. Przesłanki wprowadzenia strategii marketingowej w przedsiębiorstwie 53
3.2. Instrumenty marketing-mix 55
3.3. Zastosowane strategie w przedsiębiorstwie 63
3.4. Zastosowanie koncepcji marketingu partnerskiego w celu umacniania więzi z kontrahentami 68

4. OCENA I KIERUNKI STRATEGII MARKETINGOWEJ W PRZEDSIĘBIORSTWIE 72
4.1. Ocena strategii marketingowej w świetle tendencji rozwoju zmian zachodzących w przedsiębiorstwie i na rynku 72
4.2. Wnioski i propozycje zmian 82

ZAKOŃCZENIE 86
BIBLIOGRAFIA 87
SPIS TABEL I RYSUNKÓW 90

Wstęp

Problem, przed którym stoi każde przedsiębiorstwo działające na rynku sprowadza się do odpowiedzi na pytanie: jakie działania należy przedsięwziąć aby odnieść sukces, jakimi środkami i w jaki sposób należy do tego sukcesu dążyć?

Celem niniejszej pracy jest wyjaśnienie istoty i znaczenia strategii marketingowej w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz analiza i ocena strategii marketingowej firmy Centra S.A. Praca składa się z czterech rozdziałów. Praca ma charakter studium opisowo – empirycznego opartego na literaturze z zakresu marketingu oraz na materiałach i informacjach udostępnionych przez badane przedsiębiorstwo.

W rozdziale pierwszym przedstawiona została istota i rodzaje strategii marketingowych, ich znaczenie dla przedsiębiorstwa oraz procedura ich tworzenia, a także charakterystyka rynku dóbr i usług przemysłowych. Omówiona

została również procedura tworzenia oraz wdrażania strategii marketingowej w przedsiębiorstwie.

Rozdział drugi zawiera charakterystykę działalności przedsiębiorstwa Centra S.A. i jego otoczenia. Przedstawiona w nim została geneza powstania firmy, przedmiot jej działalności, a także pozycja firmy na rynku i perspektywy jej rozwoju. Rozdział drugi zawiera także ocenę pozycji strategicznej jaką firma zajmuje na rynku, do wyznaczenia której posłużono się metodą analizy SWOT.

Rozdział trzeci przedstawia analizę procesu tworzenia strategii marketingowej w przedsiębiorstwie Centra S.A. Omówione zostały przesłanki tworzenia strategii marketingowej, a także dokonano charakterystyki elementów marketingu-mix. Przeprowadzona została również analiza stosowanej strategii marketingowej w przedsiębiorstwie Centra S.A. i jej znaczenie w odnoszeniu sukcesu rynkowego firmy. Zwrócono również szczególną uwagę na zastosowanie koncepcji marketingu partnerskiego w celu umacniania więzi z kontrahentami.

Ostatni rozdział przedstawia ocenę strategii marketingowej w świetle tendencji rozwoju zmian zachodzących w przedsiębiorstwie i na rynku. Chodzi o odpowiedź na pytanie czy stosowane strategie w przedsiębiorstwie są efektywne, oraz jak należy się zachować w świetle dynamiki przemian zachodzących na rynku. Ponadto zaproponowano konkretne rozwiązania mające służyć poprawie zastosowanych rozwiązań w przedsiębiorstwie Centra S.A.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis!