System organizacji marketingu na podstawie przedsiębiorstwa Huta Mikołaj Sp. z o.o.

Spis Treści

WSTĘP 3

ROZDZIAŁ I. ZNACZENIE MARKETINGU W DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA 5
1.Pojęcie i geneza marketingu 5
2.Marketing jako czynnik sukcesu w procesie zarządzania 10
3.Zasady marketingu 16
4.Czynniki determinujące strukturę działu marketingu 19

ROZDZIAŁ II. STRATEGIE MARKETINGU PRZEDSIĘBIORSTWA 25
1.Istota i cel strategii marketingu 25
2.Informacja jako narzędzie zarządzania marketingowego 32
3.Rodzaje strategii marketingu przedsiębiorstwa 40

ROZDZIAŁ III. HUTA MIKOŁAJ Sp. z o. o. JAKO PRZEDMIOT BADAŃ 50
1.Powstanie i rozwój firmy 50
2.Charakterystyka produkcji 52
3.Struktura organizacyjna 57
4.Organizacyjna działalność marketingowa 63

ROZDZIAŁ IV OCENA DZIAŁALNOŚCI MARKETINGOWEJ FIRMY 71
1.Podstawowe czynniki sukcesu 71
2. Analiza SWOT 74
3.Ocena sytuacji rynkowej firmy 78

ZAKOŃCZENIE 86
LITERATURA 88
SPIS TABLIC 90
SPIS RYSUNKÓW 91

Wstęp

Marketing jest dzisiaj istotnym składnikiem filozofii świata interesów, podstawową orientacją menedżerską oraz zbiorem rynkowych narzędzi zarządzania. Polega on na sposobie myślenia i działania, który wykorzystuje zespół metod oraz instrumentów poznawania i kształtowania zewnętrznego otoczenia przedsiębiorstwa, a także jego organizacji, dla osiągnięcia sukcesów na rynku. Następstwem szybkiego rozwoju gospodarki rynkowej w Polsce jest szybko wzrastające zainteresowania marketingiem.

Znajomość zasad marketingu okazuje się bardzo przydatna w zarządzaniu przedsiębiorstwem.

Z punktu widzenia długofalowego rozwoju przedsiębiorstwa kierowanie się orientacją marketingową pozwala na uzyskiwanie przewagi konkurencyjnej na rynku. Zaspokajanie potrzeb nabywców jest drogą do budowania lojalności i zwiększenia zysków przedsiębiorstwa. Marketing wymaga połączenia sztuki i wiedzy, doświadczenia w działaniu i skłonności do podejmowania ryzyka, intuicji i dokładnej analizy informacji, które to informacje odgrywają kluczową rolę w procesie zarządzania marketingowego.

Marketing to nie tylko reklama i sprzedaż. Wiąże się z nim przywództwo na rynku dla firmy w momencie zrozumienia potrzeb klienta. Zadowolenie klienta jest kluczową rzeczą, której nie zrekompensuje ani ilość reklam, ani wielkość sprzedaży.

Tematem niniejszej pracy jest ocena systemu organizacji marketingu oraz sytuacji rynkowej przedsiębiorstwa produkcyjnego Huta Mikołaj Sp. z o. o. działającego w branży budowlanej. Praca składa się z czterech rozdziałów.

Rozdział pierwszy przedstawia podstawowe pojęcia związane z marketingiem, ogólne zasady marketingu oraz czynniki wpływające na funkcjonowanie działalności marketingowej.

Rozdział drugi opisuje istotę strategii marketingu w przedsiębiorstwie działającym w warunkach gospodarki rynkowej oraz rodzaje strategii marketingowych.

Rozdział trzeci obejmuje ogólną charakterystykę firmy, genezę jej powstania, zakres oraz przedmiot jej działalności, a także strukturę organizacyjną. W

rozdziale tym zawarta jest także organizacyjna działalność marketingowa opisywanego przedsiębiorstwa.

Rozdział czwarty zawiera ocenę działalności przedsiębiorstwa w skład której wchodzą kluczowe czynniki sukcesu, analiza sytuacji rynkowej przedsiębiorstwa oraz analiza SWOT.

Liczba stron	90
Nazwa Szkoły Wyższej	Akademia ekonomiczna w Krakowie
Rodzaj pracy	magisterska
Rok oddania	2004

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