

TARTALOM

1. fejezet A MARKETING ALAPKONCEPCIÓI.....	9
2. fejezet A STRATÉGIAI TERVEZÉS ÉS A MARKETINGSTRATÉGIA	35
3. fejezet A MARKETINGINFORMÁCIÓ-RENDSZER	61
4. fejezet A VÁLLALAT PIACA.....	79
5. fejezet FOGYASZTÓIIAC ÉS VÁSÁRLÓI MAGATARTÁS	105
6. fejezet BESZERZÉSI MAGATARTÁS ÉS IPARI MARKETING	129
7. fejezet TERMÉKPOLITIKA	153
8. fejezet ÁRPOLITIKA	175
9. fejezet AZ ÉRTÉKESÍTÉSI RENDSZER	197
10. fejezet MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ	223
11. fejezet ÚJ TERMÉKEK FEJLESZTÉSE ÉS PIACI BEVEZETÉSE.....	249
12. fejezet NEMZETKÖZI MARKETING	279
13. fejezet SZOLGÁLTATÁSMARKETING.....	313

14. fejezet	
REGIONÁLIS MARKETING	341
15. fejezet	
TÁRSADALMI MARKETING	363
16. fejezet	
E-MARKETING	385
BIBLIOGRÁFIA	415
JEGYZETEK	423
TÁRGYMUTATÓ	429