

Marketingowa koncepcja przedsiębiorstwa i jej wpływ na zwiększenie efektywności funkcjonowania

PLAN PRACY

WSTĘP

ROZDZIAŁ I CHARAKTERYSTYKA .PRZEDSIĘBIORSTWA

1. Funkcjonowanie przedsiębiorstwa
 - 1.1. Pojęcie przedsiębiorstwa i jego cechy
 - 1.2. Cele przedsiębiorstwa i ich podział
 - 1.3. Funkcje przedsiębiorstwa
2. Czynniki zapewniające sukces w przedsiębiorstwie
 - 2.1. Kultura organizacyjna przedsiębiorstwa
 - 2.2. Wpływ logistyki na efektywność funkcjonowania przedsiębiorstwa

ROZDZIAŁ II FORMY FINANSOWANIA DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA

1. Leasing jako środek wspomaganie efektywności działań w przedsiębiorstwie
 - 1.1. Pojęcie i przedmiot leasingu
 - 1.2. Rodzaje leasingu
 - 1.3. Forfaiting jako forma refinansowania leasingu
2. Faktoring jako środek ekonomizacji działań
 - 2.1. Pojęcie i przedmiot faktoringu
 - 2.2. Modele faktoringu
 - 2.3. Zalety faktoringu

ROZDZIAŁ III MARKETING WE WSPÓŁCZESNYM PRZEDSIĘBIORSTWIE

1. Główne elementy systemu marketingowego
 - 1.1. Pojęcie i istota marketingu

- 1.2. Zasady i reguły marketingowe
- 1.3. Elementy marketingu-mix
- 2. Badania marketingowe w przedsiębiorstwie
- 2.1. Cel i znaczenie dla przedsiębiorstwa
- 2.2. Rodzaje badań marketingowych
- 2.3. Metody i techniki badań

ROZDZIAŁ IV KIERUNKI DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH I ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM

- 1. Rozpoznanie zagrożeń, szans i czynników sukcesu przedsiębiorstwa
- 1.1. Badanie wpływu otoczenia przedsiębiorstwa
- 1.2. Badanie sytuacji i pozycji przedsiębiorstwa na rynku
- 1.3. Analiza konkurentów
- 2. Strategie marketingowe
- 2.1. Zasady formułowania strategii
- 2.2. Wybór strategii
- 2.3. Rodzaje strategii i kryteria oceny ich korzystności

ZAKOŃCZENIE

BIBLIOGRAFIA

KONSPEKT PRACY

Celem mojej pracy jest przedstawienie przedsiębiorstwa w ujęciu marketingowym oraz ukazanie wpływu tej koncepcji na zwiększenie efektywności funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Marketing służy przedsiębiorstwu jako mechanizm osiągania celów za pomocą dostępnych zasobów oraz celowo dobieranych instrumentów i działań dostosowanych do charakteru i struktury warunków rynkowych.

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.

Problemem, który każde przedsiębiorstwo musi jak najlepiej rozwiązać jest znalezienie sposobu zintegrowania działalności marketingowej i innowacyjnej z działalnością produkcyjną, handlową i usługową a także powiązanie i zespolenie tego, co jest nowatorskie, niepowtarzalne, niezrutynizowane i niesformalizowane z tym, co powinno przebiegać w rytmicznych, powtarzalnych cyklach i dawać w znacznej skali z góry znane i przewidywane wyniki.

Pisząc pracę opierałem się na literaturze przedmiotu oraz dostępnych czasopismach. Praca składa się z czterech rozdziałów. Rozdział pierwszy jest charakterystyką przedsiębiorstwa. Opisałem w nim funkcjonowanie przedsiębiorstwa: pojęcie przedsiębiorstwa i jego cechy, cele przedsiębiorstwa i ich podział, funkcje przedsiębiorstwa oraz przybliżyłem czynniki zapewniające sukces w przedsiębiorstwie: kulturę organizacyjną i logistykę. Rozdział drugi zawiera charakterystykę form finansowania działalności przedsiębiorstwa. Poczynając od możliwości pozyskiwania kapitału w warunkach gospodarki rynkowej aż po pojęcie i cechy finansowania obcego t.j. leasing i faktoring. Opisane zostały: pojęcie, przedmiot i rodzaje leasingu, forfaiting jako forma refinansowania leasingu oraz przedmiot, modele i zalety faktoringu.

Rozdział trzeci poświęcony jest zagadnieniom dotyczącym funkcjonowania marketingu we współczesnym przedsiębiorstwie. Zawiera on informacje dotyczące głównych elementów systemu marketingowego: pojęcie i istota marketingu, zasady i reguły marketingowe i elementy marketingu-mix oraz charakterystyka badań marketingowych: ich cel i znaczenie dla przedsiębiorstwa, rodzaje badań, metody i techniki..

W rozdziale czwartym opisałem kierunki działań marketingowych i zarządzanie przedsiębiorstwem. Opisane zostały zagrożenia, szanse i czynniki sukcesu przedsiębiorstwa: badanie wpływu

otoczenia przedsiębiorstw, badanie sytuacji i pozycji przedsiębiorstwa na rynku oraz analiza konkurentów oraz charakterystyka strategii marketingowych: zasady formułowania wybór strategii, rodzaje i kryteria oceny ich korzystności

BIBLIOGRAFIA

1. Ambler T., Marketing od A do Z, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Warszawa 2004.
2. Ansoff M.I, Zarządzanie strategiczne ,PWE, Warszawa 1985.
3. Chandler A.D., Strategy and Structure, MIT Press, Cambridge 1972.
4. Drążek Z., Niemczynowicz B., Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem, PWE, Warszawa 2003.
5. Duliniec E., Marketing międzynarodowy PWE 2004.
6. Fournier Ch., Techniki zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem, Poltext, Warszawa 1993.
7. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy, PWE, Warszawa 2001.
8. Hahn D., Tendencje rozwojowe zarządzania strategicznego, „Organizacja i Kierowanie” 1993, nr 2.
9. Harmol A. Mantura W., Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka, PWN, Warszawa – Poznań 1999.
10. Kotler P., Marketing – Analiza ,planowanie, wdrażanie i kontrola, Rebis, Wrocław 2005.
11. Kramer T., Podstawy Marketingu, PWE, Warszawa, 1998.
12. Martyniak Z., Metoda refleksji strategicznej, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 1990, nr 4.
13. Penc-Pietrzak I., *Strategie biznesu i marketingu*, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 2000
14. Pomykański A., Strategie Marketingowe , Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Kupieckiej, Łódź 2000.
15. Prymon M., *Strategia marketingowa*, Wydawnictwo Uczelniane Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław
16. Rajzer M., Strategie dywersyfikacji przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 2001.

17. Waniowski P., Strategie cenowe. Marketing bez tajemnic, PWE, Warszawa 2003.
18. Wrzostek W. (red.), Strategie marketingowe, PWE, Warszawa 2004.

Jeśli nie czujesz się na siłach, aby samodzielnie napisać swoją pracę i potrzebujesz w tym pomocy, to polecamy serwis [pisanie prac](#) - wszechstronna pomoc w pisaniu prac.