

Turinys

1. Strateginis marketingo planavimas, organizavimas ir kontrolė	4
1.1 Marketingo reikšmė įmonės strateginiam planavimui	5
1.2 Strateginis marketingo planavimas	6
1.3 Taktinis marketingo planavimas	15
1.4 Marketingo planavimo organizavimas	17
1.5 Marketingo informacinė sistema	18
1.6 Marketingo planavimo kontrolė ir jo efektyvumo įvertinimas	20
2. Įmonių marketingo strategijos	46
2.1 Kaip siekti marketingo strategijos pranašumo	46
2.2 Įmonių klasifikavimas pagal rinkoje užimamą poziciją	51
2.3 Įmonių lyderių marketingo strategijos	52
2.4 Įmonių čelendžerių marketingo strategijos	58
2.5 Įmonių specialisčių marketingo strategijos	62
2.6 Įmonių imitatorių marketingo strategijos	63
3. Marketingo strategijos formavimas ir valdymas	67
3.1 Produkto strategijos formavimas ir valdymas	67
3.2 Kainodaros strategijos formavimas ir valdymas	70
3.3 Pardavimo strategijos formavimas ir valdymas	73
3.4 Rėmimo strategijos formavimas ir valdymas	76
4. Kelios mintys apie strategiją	79
5. Literatūros sąrašas	80