

Praca zbiorowa pod redakcją Anny Marii Nikodemskiej-Wołowik

MARKETING - STUDIA PRZYPADKÓW

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2002

Podręcznik składający się ze zbioru studiów przypadków łączy wiedzę teoretyczną ze światem prawdziwego biznesu i realnych rynkowych wyzwań. Książka ukazuje przykłady z praktyki marketingowej w sposób przystępny i ciekawy, przedstawia realne sytuacje firm przede wszystkim z rynku polskiego, pozwala zweryfikować wiedzę teoretyczną dzięki rozwiązywaniu rzeczywistych problemów, zachęca do pracy zespołowej. Uczy analizowania danych rynkowych i wyciągania z nich wniosków. Przedstawiono tu elementy strategii marketingowej znanych firm, m.in. ZPS Lubiana, SM Maćkowy, Atlas, Linda, Playboy-edycja polska, Grupa A5.

Studia przypadków podzielono na 4 bloki tematyczne: Strategia marketingowa, Marketing-mix, Badania marketingowe oraz Wzór prezentacji strategii marketingowej.

Autorzy książki: Joanna Pietrzak, Anna M. Nikodemaska-Wołowik, Maciej Rydel, Tomasz Czuba, Tomasz Harackiewicz, Marcin Skurczyński, Marek Reysowski i Piotr Witek, od lat łączą praktykę rynkową z pracą naukowo-dydaktyczną i trenerską na szkoleniach dla menedżerów.

Książka liczy 159 stron, wydana została w formacie A5.