

SPIS TREŚCI

WSTĘP	5
-------------	---

STUDIA PRZYPADKÓW

IKEA (<i>Milena Ratajczak-Mrozek</i>).....	11
Disneyland (<i>Aleksandra Hauke-Lopes</i>)	26
LEGO (<i>Aleksandra Hauke-Lopes</i>).....	42
OKNOPLAST (<i>Milena Ratajczak-Mrozek</i>).....	56
Peroni Nastro Azzurro (<i>Aleksandra Hauke-Lopes</i>)	62
Netguru (<i>Marcin Soniewicki</i>).....	70
brand24 (<i>Marcin Wieczerzycki</i>)	75
OTCF (<i>Marcin Soniewicki</i>).....	81

ZADANIA

Wpływ otoczenia zagranicznego na działalność marketingową firmy (<i>Marcin Wieczerzycki</i>)	89
Marketing partnerski na rynku międzynarodowym – koncepcja siedmiu rynków (<i>Marcin Wieczerzycki</i>)	92
Marketing partnerski na rynku międzynarodowym – zarządzanie portfelem nabywców (<i>Marcin Wieczerzycki</i>).....	95
Wybór kraju ekspansji metodą analityczno-punktową (<i>Marcin Soniewicki</i>).....	99
Standaryzacja i adaptacja działań marketingowych (<i>Milena Ratajczak- -Mrozek</i>).....	103
Marketing narodowy (<i>Milena Ratajczak-Mrozek</i>).....	106
Strategia wprowadzenia produktu na rynek zagraniczny – warsztaty (<i>Aleksandra Hauke-Lopes</i>)	109

Strategia dystrybucji towarów na rynku zagranicznym – warsztaty (<i>Aleksandra Hauke-Lopes</i>)	116
Strategia cenowa przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych (<i>Marcin Soniewicki</i>).....	122