

Spis treści

WSTĘP	5
CZEŚĆ I	
MARKETING „WCZORAJ I DZIŚ”	7
<hr/>	
Krzysztof Ratman	
Rozdział 1	
Początek myśli marketingowej w zarysie teoretycznym	9
Rozdział 2	
Ewolucja marketingu	20
Rozdział 3	
Trendy marketingowe w XXI wieku	33
CZEŚĆ II	
TRADYCYJNE I NOWOCZESNE FORMY KOMUNIKACJI	
MARKETINGOWEJ	43
<hr/>	
Anna Niedzielska	
Rozdział 4	
Istota zintegrowanej komunikacji marketingowej	45
Rozdział 5	
Komunikacja marketingowa w środowisku omnichannel	62
Rozdział 6	
Nowe media w procesie komunikacji marketingowej	72
CZEŚĆ III	
SZTUKA KREACJI W MARKETINGU	85
<hr/>	
Joanna Pikuła-Malachowska	
Rozdział 7	
Content marketing	87
Rozdział 8	
Kreowanie tożsamości i wizerunku marki	95
Rozdział 9	
Emocje w marketingu	104

CZĘŚĆ IV
ZARZĄDZANIE MARKETINGIEM W TURBULENTNYM
OTOCZENIU 115

Katarzyna Łazorko

Rozdział 10

Podstawy zarządzania marketingowego 117

Rozdział 11

Dobre praktyki w zarządzaniu marketingiem 130

Rozdział 12

Przyszłość zarządzania marketingiem 139

LITERATURA 157

WYKAZ TABEL 168

WYKAZ RYSUNKÓW 169