

Analiza marketingowa rynku samochodów osobowych

1. Altkorn J., *Podstawy marketingu*, Instytut Marketingu, Kraków 1998.
2. Automotive Suppliers.pl.
3. Batko A., *Marketing. Wprowadzenie. Węzłowe zagadnienia*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe Warszawskiej Szkoły Reklamy, 2000.
4. Białęcki K., *Podstawy marketingu*, Wyższa Szkoła Handlu i Prawa im. Ryszarda Łazarskiego w Warszawie, Warszawa 2002.
5. Burnewicz J., *Sektor samochodowy Unii Europejskiej*, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności, Warszawa 2005.
6. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., *Marketing*, PWE, Warszawa 2001.
7. Gierszewska G., *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa 1997.
8. Klasik A. (red.), *Planowanie strategiczne*, Państw. Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa 1993.
9. Kłeczek R., *Strategiczne planowanie marketingowe*, Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa 1999.
10. Kotler P., *Marketing: Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Warszawa: Gebether i S-ka, 1994.
11. Kramer T., *Podstawy marketingu*, PWN, Warszawa 1999.
12. Kreikebaum H., *Strategiczne planowanie w przedsiębiorstwie*, Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 1997.
13. Krupski R., *Elementy zarządzania strategicznego*, Zakład Narodowy imienia Ossolińskich, Wrocław 1996.
14. Krupski R., *Metody i organizacja planowania strategicznego w przedsiębiorstwie*, Wydaw. AE, Wrocław 1991.
15. Kuśmierski S., Ostrowski D. M., *Marketing. Podstawowe pojęcia i procedury*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2004.

16. Li Ch., Bernoff J., *Marketing technologii społecznych*, MT Biznes, Warszawa 2009.
17. Mazurek-Łopacińska K., *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*, PWE, Warszawa 2003.
18. Michalski E., *Marketing. Podręcznik akademicki*, PWN, Warszawa 2004.
19. Mruk H., Pilarczyk B., Sojkin B., Szulc H. *Podstawy marketingu*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 1996.
20. *Ople kupowane w Internecie*, „Gazeta giełdowa” 2001, nr 33.
21. Penc J., *Leksykon Biznesu*, Placet, Warszawa 1999.
22. *Raport KPMG we współpracy z PZPM oraz Baker&McKenzie*, 2009.
23. Romanowska M., *Strategie rozwoju i konkurencji*, Centrum Informacji Menedżera, Warszawa 1998.
24. Romanowska M., *Zarządzanie strategiczne firmą*, Centrum Informacji Menedżera, Warszawa 1995.
25. Steinbarth J., *Oznaki powrotu do zdrowia*, „Gazeta Prawna” 2003, nr 105 (961).
26. Steinmann H., *Zarządzanie. Podstawy kierowania przedsiębiorstwem*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 1995.
27. Sullivan M., Adcock D., *Marketing w handlu detalicznym*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.
28. Szucki T. *Promocja – sztuka pozyskiwania nabywców*, Wyd. Placet, Warszawa 1997.
29. Welfe W. (red.), *Ekonometryczne modele rynku – analiza, prognozy, symulacja*, PWE, Warszawa 1977.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.