Streszczenie

Skuteczność marketingu w procesie kształtowania rynkowej wartości przedsiębiorstw

Praca „Skuteczność marketingu w procesie kształtowania rynkowej wartości przedsiębiorstw" składa się z sześciu rozdziałów. Pracę rozpoczyna część dotycząca teoretycznych podstaw budowania wartości rynkowej w organizacjach gospodarczych. Zostały opisane koncepcje dotyczące rozwoju orientacji marketingowej w kontekście wzrostu wartości przedsiębiorstw. W rozdziale drugim dokonana jest analiza koncepcji marketingu wartości oraz rynkowej wartości przedsiębiorstw. W tej części pracy określany jest wpływ strategii rynkowych na skuteczność i wzrost rynkowej wartości przedsiębiorstwa. W rozdziale trzecim opisywane są procedury oceny skuteczności i efektywności marketingu operacyjnego w takich obszarach jak: marketing-mix, koszty i budżet marketingu oraz narzędzia pomiaru skuteczności i efektywności. Rozdział czwarty to prezentacja wyników badań przeprowadzonych pośród osób zarządzających oraz wyższej kadry managerskiej średnich i dużych przedsiębiorstw. Główny obszar zrealizowanych badań dotyczył w szczególności: relacji marketingu i sprzedaży, finansowania marketingu, organizacji kompetencji oraz wpływu działań marketingowych na rynkową wartość marki, lojalność klientów, zyskowność sprzedaży czy zmianę rynkowej wartości przedsiębiorstwa. Respondenci określili również oczekiwaną skuteczność działań marketingowych oraz dokonali oceny przewidywanego zwrotu z nakładów na inwestycje marketingowe. W rozdziale piątym przedstawiono wnioski i rekomendacje z przeprowadzonych badań. Ostatnia część pracy zawiera wnioski końcowe i weryfikację hipotez.

Słowa kluczowe: marketing, skuteczność marketingu, efektywność marketingu, budżet marketingowy, zarządzanie marką, marketing wartości, inwestycje marketingowe, wartość rynkowa, marketing-mix