

## **Wstęp**

### **Rozdział 1. Uwarunkowania i tendencje rozwoju sektora usług na przełomie XX i XXI wieku**

- 1.1. Proces serwicyzacji gospodarki
- 1.2. Globalizacja gospodarki a rozwój usług
- 1.3. Innowacyjność technologiczna i organizacyjna w sektorze usług
- 1.4. Tendencje rozwoju konsumpcji usług
- 1.5. Rola marketingu w działalności rynkowej podmiotów usługowych

### **Rozdział 2. Ekonomiczne i marketingowe czynniki internacjonalizacji usług**

- 2.1. Proces internacjonalizacji — przegląd i systematyzacja pojęć
- 2.2. Usługi jako przedmiot obrotu na rynku międzynarodowym
- 2.3. Uwarunkowania i czynniki internacjonalizacji usług
- 2.4. Modele internacjonalizacji działalności przedsiębiorstw usługowych
- 2.5. Internacjonalizacja a strategie rozwoju przedsiębiorstw usługowych
- 2.6. Orientacja międzynarodowa przedsiębiorstwa usługowego a jego strategia marketingowa

### **Rozdział 3. Zachowania przedsiębiorstw usługowych w procesie internacjonalizacji**

- 3.1. Zachowania polskich przedsiębiorstw usługowych w procesie internacjonalizacji — podejście badawcze
- 3.2. Czynniki kształtujące zachowania przedsiębiorstw usługowych w procesie internacjonalizacji
- 3.3. Formy aktywności rynkowej przedsiębiorstw usługowych w otoczeniu międzynarodowym
- 3.4. Bariery rozwoju aktywności rynkowej przedsiębiorstw usługowych za granicą
- 3.5. Osiągnięte efekty działalności przedsiębiorstw usługowych na rynkach zagranicznych

### **Rozdział 4. Marketing przedsiębiorstw usługowych wobec perspektyw internacjonalizacji**

- 4.1. Perspektywy internacjonalizacji usług — podejście badawcze
- 4.2. Uwarunkowania rozwoju internacjonalizacji przedsiębiorstw usługowych
- 4.3. Rozwój form sprzedaży usług na rynku międzynarodowym
- 4.4. Strategie produktowe przedsiębiorstw usługowych na rynku międzynarodowym
- 4.5. Skuteczna komunikacja marketingowa w usługach na rynku międzynarodowym
- 4.6. Marketing w procesie internacjonalizacji podmiotów usługowych — uogólnienia i rekomendacje

## **Zakończenie**

## **Bibliografia**