Θεματικές Ενότητες και αντιστοιχία με το βιβλίο.

* Εισαγωγή, περιεχόμενο, αντικείμενο, ορισμοί, φιλοσοφία του Μάρκετινγκ. (κεφ 1)
* Το Μίκρο και το Μάκρο περιβάλλον του Μάρκετινγκ. (κεφ 2)
* Συμπεριφορά καταναλωτή (κεφ 3)
* Μάρκετινγκ, ηθική και κοινωνία (κεφ 5)
* Έρευνα αγοράς. (κεφ 6)
* Τμηματοποίηση, στόχευση της αγοράς και τοποθέτηση προϊόντος. (κεφ 7)
* Τι είναι προϊόν. Αποφάσεις για το μίγμα προϊόντος. Ανάλυση επωνυμίας και δημιουργία νέων προϊόντων. (κεφ 8-9-10)
* Στρατηγικές και προγράμματα τιμολόγησης. (κεφ 12)
* Μίγμα προώθησης. Διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις, προσωπική πώληση. (13-14-15)
* Φύση και συστήματα καναλιών διανομής. Αποφάσεις για τη μορφή και το μάνατζμεντ των καναλιών διανομής. (κεφ 17)
* Ψηφιακό Μάρκετινγκ. (κεφ 16)

