

**Prace naukowe na zlecenie**

**Gwarancja 100 % oryginalności**

**Płatność ratalna**

**Antyplagiat w cenie**



Temat pracy:

Strategia ekopromocji w gospodarstwie agroturystycznym

Liczba stron:

80

Spis treści / plan pracy:

Wstęp.....2

Rozdział 1

Istota i cele marketingu

1.1. Geneza i pojęcie marketingu..... 4

1.2. Zasady i reguły marketingu .....11

1.3. Klient główny podmiot marketingu .....14

1.4. Znaczenie marketingu dla klienta i przedsiębiorstwa..... 21

1.5 Marketing agroturystyczny .....43

Rozdział 2

Ekopromocja

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1 Istota i rodzaje strategii marketingowej w ekopromocji.....               | 23 |
| 2.2. Instrumenty realizacji ekopromocji.....                                  | 33 |
| 2.3. Wizerunek w ekopromocji .....                                            | 37 |
| 2.4. Specyficzne cechy strategii marketingowej regionów ekoturystycznych..... | 41 |

### Rozdział 3

#### Strategia ekopromocji gospodarstwa agroturystycznego

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1. Prezentacja gospodarstwa agroturystycznego .....                       | 48 |
| 3.1.1. Historia powstania.....                                              | 48 |
| 3.1.2. Misja i cele działania .....                                         | 48 |
| 3.1.3. Posiadane zasoby.....                                                | 49 |
| 3.2. Przedmiot działania, oferta rynkowa.....                               | 49 |
| 3.3. Instrumenty stosowane w ekopromocji.....                               | 60 |
| 3.4. Public relations gospodarstwa - narzędzie kształtowania wizerunku..... | 63 |
| 3.5. Udział w targach jako szansa dla gospodarstw agroturystycznych .....   | 65 |
| 3.6. Ekopromocja na miejscu - pokazy i uczestnictwo klientów .....          | 65 |
| 3.7. Gospodarstwo na tle konkurencji .....                                  | 66 |

Zakończenie .....

Bibliografia.....

71