

***Prace naukowe na zlecenie***

***Gwarancja 100 % oryginalności***

***Płatność ratalna***

***Antyplagiat w cenie***



Temat pracy:

Strategia marketingowa PKN Orlen S.A. w Płocku

Liczba stron:

94

Spis treści / plan pracy:

Wstęp

Rozdział 1.

Strategia marketingowa – istota, metody kształtowania i rodzaje.

- 1.1. Istota strategii marketingowej.
- 1.2. Metody kształtowania strategii marketingowej.
- 1.3. Kryteria klasyfikacji i rodzaje strategii marketingowych.

Rozdział 2.

Ogólna charakterystyka organizacyjno-ekonomiczna PKN ORLEN S.A.

- 2.1. Geneza, rozwój i struktura organizacyjna.
- 2.2. Działalność gospodarcza.

2.3. Efektywność zarządzania zasobami finansowymi.

Rozdział 3.

Pozycja rynkowa PKN ORLEN S.A. jako podstawa doboru strategicznego.

3.1. Metody badania pozycji rynkowej przedsiębiorstwa.

3.2. Analiza makrootoczenia.

3.3. Analiza mikrootoczenia.

3.4. Analiza potencjału wewnętrznego.

3.5. Synteza częściowych wyników analizy pozycji rynkowej metodą TOWS.

3.6. Dobór strategiczny.

Rozdział 4.

Identyfikacja elementów strategii marketingowej i pożądane ich zmiany w świetle pozycji rynkowej PKN ORLEN S.A.

4.1. Strategia produktu.

4.2. Strategia ceny.

4.3. Strategia dystrybucji.

4.4. Strategia promocji.

4.5. Strategia zasobów ludzkich.

Zakończenie.

Bibliografia.

Spis tabel.

Spis rysunków.