

Prace naukowe na zlecenie

Gwarancja 100 % oryginalności

Płatność ratalna

Antyplagiat w cenie



Temat pracy:

Strategia marketingowa przedsiębiorstwa produkcyjno-usługowego

Liczba stron:

80

Spis treści / plan pracy:

Wstęp..... 4

Rozdział I.

Strategia marketingowa a ogólna strategia firmy6

1.1. Istota strategii marketingowej8

1.2. Formułowanie strategii marketingowej przedsiębiorstwa12

1.3. Analiza szans i ryzyka firm15

1.4. Identyfikacja docelowych rynków działania; segmentacja rynku16

1.5. Pozycjonowanie produktu oraz programowanie marketingu-mix21

Rozdział II.

Rodzaje strategii marketingowych26

2.1. Strategie normatywne rozwoju przedsiębiorstwa.....	26
2.2. Strategie produkt - rynek	28
2.3. Strategie segmentacji rynku	31
2.4. Strategie konkurencyjne	35

Rozdział III.

Marketingowa strategia przedsiębiorstwa produkcyjno-usługowego w świetle literatury	38
3.1. Istota i rola strategii marketingowej w zarządzaniu przedsiębiorstwem produkcyjno-usługowym	38
3.2. Koncepcja marketingowej strategii produktu i jej elementy	40
3.3. Proces formułowania marketingowej strategii produkcji.....	48

Rozdział IV.

Strategia marketingowa działalności produkcyjno-usługowej w przedsiębiorstwie XYZ	55
4.1. Ogólna charakterystyka działalności gospodarczej przedsiębiorstwa XYZ.....	55
4.2. Elementy marketingowych strategii działalności przedsiębiorstwa	58
4.2.1. Strategia produktu	58
4.2.2. Strategia cen	63
4.2.3. Strategia dystrybucji.....	65
4.2.4. Strategia promocji	67

Zakończenie

Bibliografia.....

pracę

pracy:

wstęp

rozdział 1

rozdział 2

rozdział 3

rozdział 4

zakończenie