

Prace naukowe na zlecenie
Gwarancja 100 % oryginalności

Płatność ratalna
Antyplagiat w cenie



Temat pracy:

Strategia promocji firmy na przykładzie firmy X.

Liczba stron:

77

Spis treści / plan pracy:

Wstęp.....3

Rozdział I.

Istota Promocji.

1. Definicja promocji.....5
2. Funkcje i cele promocji.....9
3. Promocja jako instrument marketingu-mix.....11
 - 3.1. Powiązania pomiędzy promocją a produktem.....11
 - 3.2. Powiązania pomiędzy promocją a ceną.....13
 - 3.3. Powiązania pomiędzy promocją a dystrybucją.....14
4. Instrumenty promocji.....16
 - 4.1. Reklama.....16

4.2.Sprzedaż osobista.....	18
4.3.Promocja sprzedaży.....	20
4.4.Public relations.....	22
4.5.Sponsoring.....	24

Rozdział II.

Kształtowanie programu promocji przedsiębiorstwa.

1. Analiza sytuacji wyjściowej.....	26
2. Identyfikacja docelowego segmentu rynku.....	28
2.1. Ustalanie segmentów rynku.....	28
3. Określenie celów promocji.....	30
4. Opracowanie budżetu promocji.....	31
5. Wybór instrumentów promocji.....	33
6. Ocena efektów promocji.....	35

Rozdział III.

Strategia promocji w firmie „XYZ”.

1. Charakterystyka firmy „x”.....	37
1.1.Odbiorcy firmy „x”.....	39
1.2.Asortyment firmy „x”	40
2. Analiza działalności promocyjnej w firmie „x”.....	43
2.1.Reklama	43
2.2.Sprzedaż osobista	45
2.3.Promocja sprzedaży.....	46
2.4.Public relations.....	48
2.5.Sponsoring.....	49

Rozdział IV.

Ocena strategii promocyjnej w firmie „x”

1. Metodyka badań.....	50
2. Struktura próby.....	50
3. Ocena skuteczności działań promocyjnych w firmie „x”	54

Podsumowanie.....66

Bibliografia.....68

Spis Rysunków.....70

Spis Tabel

Załącznik nr.1.....72