

Agencja reklamowa. Studium wybranej firmy na przykładzie hipermarketu Real

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

Praca licencjacka obroniona w Wyższej Szkole Handlowej w Kielcach. Ma 95 stron.

WSTĘP

ROZDZIAŁ I ISTOTA MARKETINGU

- 1.1. Charakterystyka marketingu
- 1.2. Niezmienne prawa marketingu
- 1.3. Podmiot marketingu – konsument

ROZDZIAŁ II AKTYWIZACJA SPRZEDAŻY

- 2.1. Instrumenty aktywizacji sprzedaży
- 2.2. Reklama i promocja
- 2.3. Agencja reklamowa

ROZDZIAŁ III SKUTECZNOŚĆ REKLAMY NA PRZYKŁADZIE HIPERMARKETU REAL

- 3.1. Ogólne informacje o hipermarkecie
- 3.2. Istota skuteczności i efektywność reklamy
- 3.3. Metoda badań
- 3.4. Wyniki badań ankietowych

ZAKOŃCZENIE

BIBLIOGRAFIA

SPIS TABEL

SPIS RYSUNKÓW

ZAŁĄCZNIKI

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy

na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis