# Analiza marketingowa rynku samochodów osobowych

Praca magisterska z Warszawy. Ma 87 stron.

Wstęp

Rozdział 1. Rynek samochodów w Polsce.
1.1. Cechy rynku samochodowego w Polsce.
1.2. Struktura rynku motoryzacyjnego.
1.3. Zmiany rynku na podstawie wyników sprzedaży aut.
1.4. Polski rynek samochodowy na tle Europy.

Rozdział 2. Segmenty rynku motoryzacyjnego w Polsce.
2.1. Charakterystyka nabywców samochodów: klienci indywidualni i instytucjonalni.
2.2. Struktura dochodów ludności a sprzedaż samochodów w latach.
2.3. Analiza SWOT rynku motoryzacyjnego.

Rozdział 3. Instrumenty marketingowe stosowane dla pozyskania nabywców – wybrane przykłady.
3.1. Specyfika sprzedaży samochodów.
3.2. Narzędzia marketingowe stosowane przez dealerów samochodów w Polsce.
3.3. Sposoby wywierania wpływu na poszczególne segmenty nabywców i strategie promocji.
3.4. Nowe kierunki marketingu branży samochodowej.

Zakończenie
Bibliogrfia
Spis tabel

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis