

Analiza marketingowa rynku samochodów w Polsce

Praca magisterska obroniona w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Ma 71 stron.

Wstęp

Rozdział 1. Teoretyczne podstawy strategii marketingowej.

1.1. Pojęcie, geneza i funkcje marketingu.

1.2. Strategia marketingowa: pojęcie i rodzaje.

1.3. Strategie marketingowe w procesie planowania marketingowego.

1.3.1. Produkt w strategii marketingowej.

1.3.2. Cena.

1.3.3. Dystrybucja.

1.3.4. Promocja.

Rozdział 2. Rynek samochodów w Polsce.

2.1. Ogólna charakterystyka rynku.

2.2. Cechy rynku samochodowego w Polsce

2.3. Zachowania konsumenckie.

2.4. Tendencje rozwoju rynku samochodowym.

Rozdział 3. Strategie marketingowe wybranych producentów samochodów.

3.1. Strategie marketingowe producentów samochodów na polskim rynku.

3.2. Strategia marketingowa firmy xxx.

3.3. Nowe kierunki marketingu branży samochodowej.

Zakończenie

Bibliografia

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis