Analiza popytu na wybrane marki samochodów w Radomiu

63 strony, 41 pozycji w bibliografii

Wstęp 3

Rozdział I Charakterystyka polskiego rynku samochodów osobowych 5
1. Rozwój przemysłu samochodowego na świecie i w Polsce 5
2. Struktura polskiego rynku motoryzacyjnego 9
3. Charakterystyka popytu na polskim rynku samochodów osobowych 21

Rozdział II Marka jako czynnik determinujący zakup samochodu 26
1. Pojęcie, geneza, znaczenie i rodzaje marek 26
2. Specyfika marki samochodowej 32
3. Udział składników kapitału marki w tworzeniu wartości i budowaniu przewagi konkurencyjnej 37

Rozdział III Analiza popytu na określone marki samochodów w Radomiu w 2003 roku 49
1. Charakterystyka radomskiego rynku samochodowego 49
2. Sposoby wywierania wpływu na poszczególne segmenty nabywców 53
3. Wpływ narzędzi marketingowych stosowanych przez dealerów samochodów na popyt na określone marki samochodów 55

Zakończenie 58
Bibliografia 60
Spis tabel 63
Spis rysunków 64

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