

Euromarketing

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

59 stron, 28 pozycji w bibliografii

Wstęp

ROZDZIAŁ I.

Podstawy koncepcji euromarketingowej

1.1 Euromarketing – pojęcia podstawowe i definicje

1.2 Proces integracji europejskiej jako podstawa rozwoju euromarketingu

1.3 Znaczenie euromarketingu w gospodarce europejskiej.

1.4 Polityka gospodarcza Unii Europejskiej jak warunki systemowe euromarketingu

ROZDZIAŁ II.

Podstawowe strategie euromarketingowe na obszarze rynku europejskiego

2.1 Strategia konkurencji

2.2 Strategia kooperacji

2.3 Strategia alokacji

2.4 Strategia segmentacji

ROZDZIAŁ III.

Elementy strategii euromarketingu-mix

3.1 Strategia produktu

3.2 Strategia ceny

3.3 Strategia dystrybucji

3.4 Strategia promocji

Zakończenie

Bibliografia

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