

# Instrumenty marketingowego oddziaływania

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

86 stron, 37 pozycji w bibliografii

Wstęp 2

Rozdział I Marketing – mix podstawą działania nowoczesnych przedsiębiorstw 4

1. Pojęcie i struktura marketingu mix 4
2. Produkt – jego istota i cechy 13
  - 2.1. Znak firmowy, marka 15
  - 2.2. Opakowanie 17
  - 2.3. Jakość 20
3. Cena 26

Rozdział II Podstawowe instrumenty marketingu mix 29

1. Reklama jako podstawowy element marketingu mix 29
2. Public relations 36
3. Pozostałe instrumenty marketingu mix 43
  - 3.1. Marketing bezpośredni 44
  - 3.2. Promocja sprzedaży 50
  - 3.3. Sprzedaż osobista 53

Rozdział III Skuteczność instrumentów marketingowych jako warunek poprawy efektów przedsiębiorstw 56

1. Podstawy decyzji marketingowych 56
2. Produkt jako uwarunkowanie procesu decyzyjnego nabywcy 64
3. Promocja marketingowa w oddziaływaniu na rynek 73

Zakończenie 80

Bibliografia 82

Spis tabel 85

Spis rysunków 86

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