

# Instrumenty promocji i ich oddziaływanie na rynek

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

Praca licencjacka, Wyższa Szkoła Kupiecka z siedzibą w Łodzi, 138 stron

## SPIS TREŚCI

### WSTĘP3

### ROZDZIAŁ I. Miejsce promocji w koncepcji marketingu-mix

1.1.Pojęcie i istota marketingu.4

1.2.Charakterystyka elementów marketing-mix 11

1.3.Promotion-mix w marketingu 26

### ROZDZIAŁ II. Miejsce rynku w gospodarce

2.1.Podstawowe elementy i cechy rynku 31

2.2.Orientacja przedsiębiorstwa na rynku, uczestnicy rynku 36

2.3.Czynniki wpływające na podejmowanie decyzji zakupu 42

2.4.Rynki i ich segmentacja 56

2.5.Charakterystyka rynków docelowych 68

### ROZDZIAŁ III. Instrumenty promocji i ich wpływ na rynek

3.1.Promocja sprzedaży 78

3.2.Reklama 84

3.3.Public relations i publicity 102

3.4.Marketing bezpośredni 114

3.5.Sprzedaż osobista i aktywizacja sprzedaży 121

3.6.Merchandising 131

PODSUMOWANIE 133

BIOGRAFIA 134

SPIS TABEL 136

SPIS RYSUNKÓW 137

SPIS WYKRESÓW 138

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy

na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis