

Konkurencyjność produktu firmy Philips

72 strony, 36 pozycji w bibliografii

Wstęp

Rozdział I. Teoretyczne podstawy konkurencji

1. Pojęcie i istota konkurencji
2. Formy rynku i konkurencji
3. Strategie konkurencji
4. Podstawy analizy konkurencyjności produktów

Rozdział II. Charakterystyka firmy Philips i jej produktów

1. Rys historyczny firmy
2. Zakres i rodzaj działalności
3. Katalog produktów firmy
4. Lampy metalohalogenkowe firmy Philips jako produkt zaopatrzeniowy

Rozdział III. Charakterystyka produktu

1. Definicja produktu: ujęcie ogólne i jednostkowe
2. Poziomy i struktura produktu
3. Klasyfikacja produktu
4. Cykl życia produktu

Rozdział IV. Procedury metod badań produktu zaopatrzeniowego na przykładzie lampy metalohalogenkowej firmy Philips

1. Analiza sytuacji produktu
2. Badanie opisowe jako element utrzymania konkurencyjności produktu
3. Kontrolowanie i ocena skutków działań marketingowych.

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel i wykresów

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