

# Miejsce promocji w systemie komunikacji przedsiębiorstwa

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

magisterska

UNIWERSYTET ŁÓDZKI  
WYDZIAŁ EKONOMICZNO-SOCJOLOGICZNE

WSTĘP

I. ISTOTA KOMUNIKACJI PRZEDSIĘBIORSTWA  
Z OTOCZENIEM – INTERNET JAKO NARZĘDZIE KOMUNIKACJI Z  
OTOCZENIEM

1.1. Pojęcie otoczenia, główne elementy otoczenia rynkowego  
s.6

1.2. Komunikowanie się przedsiębiorstwa z grupami jego  
otoczenia. Public relations jedna z form komunikacji s.19

1.3. Internet – geneza, kto zarządza Internetem, jaki ma  
zasięg?

Marketingi w internecie s.38

II. PROCESU KOMUNIKACJI PRZEDSIĘBIORSTWA  
Z OTOCZENIEM.

PROMOCJA MIX JAKO ŚRODEK KOMUNIKACJI  
Z OTOCZENIEM

2.1. Instrumenty komunikacji przedsiębiorstwa.  
Komunikacja promotion mix s.49

2.2. Globalizacja i efektywność komunikacji.  
Integracja komunikacji marketingowej s.62

2.3. Proces komunikacji, strategia push i pull s.66

III. MARKETING EVENTS JAKO NARZĘDZIE KOMUNIKACJI  
I PROMOCJI FIRMY. REGUŁA PARETO.

3.1. Istota marketingu events i jego innowacyjny charakter s.77

3.2. Zadowolenie klienta i cechy charakterystyczne w marketingu events s.85

3.3. Kategorie marketing events s.88

3.4. Reguła Pareto s.91

PODSUMOWANIE s.96

BIBLIOGRAFIA s.97

SPIS TABEL I RYSUNKÓW s.99

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