

Poszukiwanie efektywnej formy marketingu produktu

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

70 stron, 29 pozycji w bibliografii

Wstęp 2

ROZDZIAŁ I.

MARKETING JAKO METODA ZARZĄDZANIA FIRMA 4

1.1. Orientacje rynkowe 4

1.2. Marketing dóbr i usług 8

1.3. Rodzaje marketingu 12

1.4. Instrumenty działania marketingu 20

ROZDZIAŁ II.

INSTRUMENTY MARKETINGU MIX – UJĘCIE TRADYCYJNE I WSPÓŁCZESNE 27

2.1. Produkt jako element marketingu 27

2.2. Produkt przemysłowy a produkt konsumpcyjny 31

2.3. Produkt – mix 37

2.4. Opracowanie i realizacja strategii produktu 40

ROZDZIAŁ III.

FORMY PROWADZENIA MARKETINGU W BRANŻY MEBLOWEJ 47

3.1. Oferta firmy na rynku 47

3.2. Przewaga firmy i jej uwarunkowania 51

3.3. Różnice między firmą a konkurencją. 57

3.4. Analiza SWOT firmy 60

Zakończenie 66

Bibliografia 68

Spis tabel 70

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy

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