Poszukiwanie efektywnej formy marketingu produktu

70 stron, 29 pozycji w bibliografii

Wstęp 2

ROZDZIAŁ I.
MARKETING JAKO METODA ZARZĄDZANIA FIRMĄ 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