

# Produkt i jego promocja na przykładzie Sokołowskich Zakładów Mięsnych

Licencjacka. Ma 62 strony. Wyższa Szkoła Kupiecka z siedzibą w Łodzi.

## WSTĘP 3

1. Etapy rozwoju nowego produktu 5
  - 1.1. Produktu i jego cechy 5
  - 1.2. Etapy cyklu życia produktu 8
  - 1.3. Proces powstania nowego produktu i jego wprowadzenie na rynek 11
2. Rola promocji wprowadzania produktu na rynek w Zakładach Mięsnych w Kole S. A. 17
  - 2.1. Rozwój nowego produktu i jego analiza 17
  - 2.2. Promocja jako instrument marketingu 28
  - 2.3. Rola narzędzi marketingu – mix 37
  - 2.4. Rola promocji w procesie wprowadzania na rynek nowych produktów 46
3. Strategia promocji produktu i jego charakterystyka 47
  - 3.1. Przedmiot działalności Zakładów Mięsnych i struktura organizacyjna 47
  - 3.2. Pozycja na rynku wyrobów mięsnych „Sokołów” S. A. – Oddział Zakłady Mięsne w 51
  - 3.3. Rola promocji w Firmie i jej kształtowanie się. 54
  - 3.4. Polityka cen i dystrybucja 57
4. Zakończenie 61
5. Spis Literatury 62

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