

# Projekt komunikacji marketingowej radio Maryja

praca dodatkowa na studia

WSTĘP.

## 1. CHARAKTERYSTYKA SYTUACJI WYJŚCIOWEJ.

1.1. Charakterystyka planowanego przedsięwzięcia oraz jego realizatora

1.2. Ocena oczekiwanego poparcia w poszczególnych grupach otoczenia

## 2. OKREŚLENIE MOMENTU CZASOWEGO ROZPOCZĘCIA REALIZACJI KAMPANII, CHARAKTERU ORAZ PLANOWANEGO CZASU JEJ TRWANIA

## 3. OKREŚLENIE POTRZEB INFORMACYJNYCH OTOCZENIA ORAZ CELÓW PLANOWANEJ DZIAŁALNOŚCI

## 4. BARIERY PROJEKTOWANEJ DZIAŁALNOŚCI

## 5. WYTYPOWANIE I SPOSOBY POZYSKANIA PARTNERÓW DO PROWADZENIA KAMPANII

## 6. ZIDENTYFIKOWANIE GRUP DOCELOWYCH KAMPANII

6.1. Podmioty środowiska wewnętrznego

6.2. Podmioty otoczenia zewnętrznego

6.3. Podmioty otoczenia społecznego i/lub inne podmioty o znaczeniu kluczowym dla analizowanego przedsięwzięcia

## 7. REALIZACJA ZAPROJEKTOWANYCH DZIAŁAŃ

7.1. Propozycja realizacji poszczególnych działań

7.2. Sporządzenie harmonogramu działań, z uwzględnieniem specyfiki poszczególnych podmiotów docelowych

8. KONTROLA I MONITOROWANIE SKUTECZNOŚCI DZIAŁAŃ

9. ZAŁĄCZNIKI

10. LITERATURA I INNE ŹRÓDŁA INFORMACJI WYKORZYSTANE W  
NINIEJSZYM PROJEKCIE

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