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 REALI-ZACJI 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