

Promocja jako skuteczna forma pozyskiwania nabywców

90 stron, 31 pozycji w bibliografii

Wstęp 3

ROZDZIAŁ I. Teoretyczne podstawy promocji 6

1. Istota i pojęcie promocji 6
2. Promocja jako jeden z elementów marketingu-mix 10
3. Cele działalności promocyjnej 14
4. Rodzaje promocji 17

ROZDZIAŁ II. Ogólna charakterystyka rynku papierosów w Polsce. 27

1. Rozwój przemysłu tytoniowego 27
2. Rynek papierosów w Polsce 29
3. Ograniczenia prawne stosowania promocji papierosów 44

ROZDZIAŁ III. Działania promocyjne na przykładzie Zakładów Przemysłu Tytoniowego S.A. w Radomiu 47

1. Charakterystyka przedsiębiorstwa ZPTR S.A. 47
2. Cele promocyjne przedsiębiorstwa ZPTR S.A. 53
3. Wybrane akcje promocyjne przeprowadzane przez ZPTR S.A. 54
4. Wykorzystane narzędzia w poszczególnych akcjach promocyjnych 60
5. Etyka w działaniach promocyjnych ZPTR S.A. 63

ROZDZIAŁ IV. Efektywność działań promocyjnych Zakładów Przemysłu Tytoniowego S.A. w Radomiu 67

1. Środki finansowe przeznaczane na promocję 67
2. Efekty działań promocyjnych 70

Zakończenie 81

Bibliografia 86

Spis tabel	88
Spis rysunków	89
Spis wykresów	90

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