

Realizacja wydawnicza edycji magazynu branży poligraficznej

Praca licencjacka obroniona w Wyższej Szkole Humanistycznej w Pułtusku. Ma 54 strony.

Wstęp.

Rozdział 1. Wydawnictwo jako przedsiębiorstwo.

1.1. Zorganizowanie i powołanie firmy wydawniczej do działania.

1.2. Rozwój wydawnictwa.

1.2.1. System zadań i celów.

1.2.2. System organizacyjny.

1.2.3. System finansowy.

1.2.4. System zarządzania.

1.2.5. System personalny.

1.2.6. System marketingowy.

1.2.7. Strategia systemowa.

Rozdział 2. Marketing w wydawnictwie.

2.1. Analiza otoczenia marketingowego przedsiębiorstw.

2.1.1. Makrootoczenie.

2.1.1.1. Czynniki demograficzne.

2.1.1.2. Otoczenie ekonomiczne.

2.1.1.3. Otoczenie naturalne.

2.1.1.4. Otoczenie technologiczne.

2.1.2. Mikrootoczenie.

2.1.2.1. Nabywcy.

2.1.2.2. Konkurenci.

2.2. Badania marketingowe.

2.2.1. System wewnętrznych rejestrów i sprawozdań.

2.2.2. Wywiad marketingowy.

2.2.3. Obszar badań.

- 2.2.4. Program badań.
- 2.3. Segmentacja rynku.
 - 2.3.1. Kryteria segmentacji rynku.
- 2.4. Strategia produktu.
 - 2.4.1. Jakość.
 - 2.4.2. Marka.
 - 2.4.3. Strona tytułowa.
- 2.5. Wprowadzenie nowego tytułu na rynek.
- 2.6. Strategia cenowa.
- 2.7. Strategia dystrybucji.
- 2.8. Reklama bezpośrednia.
- 2.9. Reklama prasowa.
- 2.10. Poczta bezpośrednia (direct mail).
- 2.11. Promocja sprzedaży.
- 2.12. Sprzedaż osobista.

Rozdział 3. Organizacja redakcji.

- 3.1. Wydawca.
- 3.2. Redaktor naczelny i zastępca.
- 3.3. Redaktor prowadzący.
- 3.4 Planowanie redakcyjne.

Rozdział 4. Wiarygodność informacji.

Rozdział 5. Plany na przyszłość.

Streszczenie.

Bibliografia.

Spis tabel i rysunków.

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