

# Reklama jako narzędzie promocji wpływające na zachowanie konsumenta

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

praca licencjacka broniąca w 2005 roku na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika  
stron 70

Wstęp

Rozdz. 1

Marketing jako element zarządzania przedsiębiorstwem

Rozdz. 2

Zachowanie konsumenta

Rozdz. 3

Reklama jako narzędzie promocji wpływające na zachowanie konsumenta

Rozdz. 4

Badanie wpływu reklamy na zachowanie konsumenta

Zakończenie

Załączniki (Ankieta)

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