

Reklama w działalności marketingowej przedsiębiorstwa handlowego

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

Licencjacka. Wyższa Szkoła Kupiecka z siedzibą w Łodzi

WSTĘP 2

I. MARKETING JAKO ELEMENT ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM 4

1.1 FUNKCJE I CELE MARKETINGU 10

1.2. RODZAJE MARKETINGU 16

1.3. ELEMENTY MARKETINGU 21

II. REKLAMA JAKO NARZĘDZIE PROMOCJI 35

2.1. POJĘCIE I ROLA REKLAMY 37

2.2. CEL REKLAMY 41

2.3 POZYTYWNE I NEGATYWNE STRONY STOSOWANIA REKLAMY 47

III. FORMY REKLAMY 50

3.1. KRYTERIA WYBORU ŚRODKÓW PRZEKAZU REKLAMY 55

3.2. ŚRODKI PRZEKAZU REKLAMY 57

IV. WNIOSKI 74

BIBLIOGRAFIA 76

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