Strategia marketingowa małych i średnich przedsiębiorstw turystycznych

61 stron, 25 pozycji w bibliografii

Wstęp

Rozdział 1. Zagadnienie strategii marketingowych przedsiębiorstwa
1.1.Pojęcie, funkcje i struktury marketingu
1.2.Zasady i instrumenty marketingu
1.3.Istota strategii marketingowych przedsiębiorstwa
Rozdział 2. Przegląd strategii marketingowych rynku turystycznego MSP
2.1 Specyfika przedsiębiorstw/ usług turystycznych
2.2. Koncepcja marketingowa w turystyce
2.3. Dziedziny strategii rynkowych

Rozdział 3. Strategia marketingowa przedsiębiorstwa turystycznego ,,AS''
3.1. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa
3.2. Ogólna strategia marketingowa i jej uwarunkowania
3.3. Program marketingowy
3.4. Wdrożenie i kontrola
Wnioski
Bibliografia

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis