Strategia reklamy i jej efektywność w korporacji Philipa Morrisa

Jest to praca magisterska z 2008 roku, 80 stron, czcionka 12 NTR, 93 przypisów, liczba pozycji w bibliografii ok. 70. Oceniona na 4,5.

Praca jest podzielona 4 rozdziały: „Reklama jako element marketingu”, „Charakterystyka podstawowych form reklamy”, „Skuteczność i efektywność reklamy”, „Działalność promocyjno reklamowa korporacji Philip Morris i jej skuteczność”. Zakończenie, bibliografię, spis tabel itd.

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