

Strategia wejścia firmy na rynki zagraniczne

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

81 stron, 48 pozycji w bibliografii

Wstęp 2

Rozdział I. Strategia marketingowa ujęcie teoretyczne 5

1.1. Pojęcie strategii 5

1.2. Elementy strategii marketingowych 12

1.3. Rodzaje strategii marketingowych 19

1.3.1. Strategie niskich cen 19

1.3.2. Strategie rozwoju marki 24

Rozdział II. Prezentacja działań marketingowych firmy Śnieżka 35

2.1. Historia rozwoju firmy. 35

2.2. Cele strategiczne firmy 40

2.3. Docelowe rynki zbytu firmy Śnieżka 41

2.4. Analiza produktów firmy Śnieżka z uwzględnieniem oceny jakościowej 43

2.4.1. Analiza asortymentu firmy Śnieżka 43

2.4.2. Ocena jakości produktów 47

2.4.3. Strategia marketingowa 50

2.4.4. Opis produktów firmy 52

2.5. Dystrybucja produktów 53

2.6. Promocja w firmie Śnieżka 55

2.7. Analiza SWOT 57

Rozdział III. Strategia wejścia firmy na rynki zagraniczne 64

3.1. Działania marketingowe preferowane przy wejściu na rynki zagraniczne 64

3.2. Formy ekspansji na rynkach zagranicznych 66

3.3. Perspektywy rozwoju firmy 70

Zakończenie 74

Spis tabel 77

Spis rysunków 81

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