

# Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwem (studium firmy xxx)

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

praca magisterska, Kraków 2000

## WSTĘP

1. MARKETING W PROCESIE ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM
  - 1.1. ISTOTA I FUNKCJE ZARZĄDZANIA MARKETINGOWEGO
  - 1.2. SPECYFIKA RYNKU DÓBR PRZEMYSŁOWYCH
    - 1.2.1. PRODUKTY NA RYNKU DÓBR PRZEMYSŁOWYCH
    - 1.2.2. KLIENCI
    - 1.2.3. POPYT
  - 1.3. BADANIA MARKETINGOWE
  - 1.4. OKREŚLENIE MISJI PRZEDSIĘBIORSTWA
  - 1.5. WYBÓR STRATEGII DZIAŁANIA I PROCEDURY PLANOWANIA
  - 1.6. ORGANIZACJA WDRAŻANIE I KONTROLA DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH
2. CHARAKTERYSTYKA MIEJSCA BADAŃ
  - 2.1. HISTORIA I STATUS FIRMY
  - 2.2. ORGANIZACJA I STRUKTURA ZATRUDNIENIA W FIRMIE xxx
  - 2.3. OFERTA FIRMY xxx
  - 2.4. DZIAŁALNOŚĆ FIRMY I JEJ OBECNA SYTUACJA FINANSOWA
  - 2.5. RYNEK FIRMY I JEGO SPECYFIKA
    - 2.5.1. OGÓLNY ZARYS SYTUACJI W ŚWIATOWYM PRZEMYSŁE ELEKTRONICZNYM
    - 2.5.2. SEGMENTACJA ELEKTRONIKI UŻYTKOWEJ W POLSCE
    - 2.5.3. ODBIORCY
    - 2.5.4. KONKURENCI
    - 2.5.5. DOSTAWCY
  - 2.6. ANALIZA POZYCJI FIRMY xxx WEDŁUG KRYTERIÓW NARZĘDZI MARKETINGU- MIX

- 2.6.1. PRODUKT
- 2.6.2. DYSTRYBUCJA
- 2.6.3. PROMOCJA
- 2.6.4. CENA
- 2.7. ANALIZA SWOT
- 3. DOCELOWY MODEL ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM
  - 3.1. ZAŁOŻENIA
  - 3.2. MISJA FIRMY
  - 3.3. CELE DŁUGOOKRESOWE
  - 3.4. CELE KRÓTKOOKRESOWE
  - 3.5. ORGANIZACJA DZIAŁU MARKETINGU
  - 3.6. ROCZNY PLAN MARKETINGOWY
- 4. PODSUMOWANIE
- BIBLIOGRAFIA
- SPIIS RYSUNKÓW I TABLIC

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