

Analiza strategiczna Primark

Rozdział 1.

Wprowadzenie.

1.1. Zdefiniowanie problemu badawczego.....3

1.2. Cele pracy badawczej.....3

1.3. Metodyka badań.....4

Rozdział 2.

Dane o działalności gospodarczej przedsiębiorstwa.

2.1. Charakterystyka firmy Primark.....5

2.2. Misja przedsiębiorstwa.....5

2.3. Struktura zatrudnienia.....6

2.4. Charakterystyka oferowanych produktów.....6

Rozdział 3.

Analiza i ocena sytuacji strategicznej firmy Primark.

3.1. Strategia konkurencyjna a pozycja przedsiębiorstwa na rynku.....8

3.2. Sposoby obserwacji oferty handlowej jednostek konkurencyjnych.....8

3.3. Nowe rozwiązania dla strategii konkurencji.....10

Rozdział 4.

Ocena działalności przedsiębiorstwa.

4.1. Cele strategiczne.....15

4.2. Cele polityki finansowej.....15

4.3. Cele polityki marketingowej.....15

Prezentacja wyników badań.....19

**Streszczenie po angielsku (Presentation of research
conclusions).....21**

Literatura.....22