

Innowacyjne środki promocji i ich wdrażanie w działalności firmy Play

Wstęp.....7

Rozdział I

Marketingowe znaczenie innowacji

1.1. Współczesne podejście naukowe do pojęcia innowacji..... 9

1.2. Rozwój innowacji a działalność marketingowa przedsiębiorstwa17

1.3. Wpływ innowacji na konkurencyjność przedsiębiorstwa22

1.4. Wpływ innowacji na zachowania klientów26

Rozdział II

Promocja jako komunikacja rynkowa i jej znaczenie w rozwoju działalności firmy

2.1. Komunikacja marketingowa i jej modele35

2.2. Podstawowe narzędzia komunikacji rynkowej..... 42

2.3. Możliwości zastosowania technologii i innowacyjności w działalności promocyjnej..... 47

Rozdział III

Charakterystyka firmy Play

3.1. Rynek telefonii komórkowej w Polsce i wpływ na niego sieci Play

3.2. Charakterystyka działalności i usług sieci Play..... 54

3.3. Pozycja firmy Play na rynku telekomunikacyjnym..... 57

Rozdział IV

Badanie innowacyjnych środków promocji firmy Play

4.1. Cel i przedmiot badania	61
4.2. Metodologia badań	61
4.3. Hipotezy badawcze	63
4.4. Wyniki przeprowadzonych badań.....	64

Zakończenie	75
--------------------------	-----------

Bibliografia.....	79
--------------------------	-----------

Spis tabel	82
-------------------------	-----------

Spis rysunków.....	83
---------------------------	-----------

Spis wykresów.....	84
---------------------------	-----------

Załączniki	85
-------------------------	-----------

Streszczenie.....	89
--------------------------	-----------