

Koncepcja marketingu przedsiębiorstwa kosmetycznego XYZ

Wstęp3

Rozdział I.

Marketing mix- marketingowe instrumenty oddziaływania na rynek..... 4

1.1.Produkt36

1.2.Cena..... 9

1.3.Dystrybucja13

Rozdział II.

Promocja jako element marketingu mix .

2.1.Reklama18

2.2.Promocja sprzedaży24

2.3.Sprzedaz osobista30

2.4.Public relations..... 34

Rozdział III.

Charakterystyka instrumentów marketingowych stosowanych w XYZ

3.1.Ogólna charakterystyka firmy37

3.2.Instrumenty marketingowe.....40

3.2.1.Produkt..... 40

3.2.2.Cena 42

3.2.3.Dystrybucja..... 43

3.3.Formy promocji stosowane w XYZ47

3.3.1.Reklama49

3.3.2.Promocja sprzedazy.....51

3.3.3.Public relations53

Podsumowanie i wnioski54

Zalacznik..... 55

Bibliografia..... 59