

Kształtowanie komunikacji marketingowej w Internecie (na przykładzie firmy KWS)

Wstęp3

Rozdział 1.

Komunikacja marketingowa.

1.1. Pojęcie i istota komunikacji marketingowej5

1.2. Funkcje i cele komunikacji marketingowej6

1.3. Formy komunikacji marketingowej..... 8

1.3.1. Tradycyjne formy komunikacji marketingowej..... 8

1.3.2. Niestandardowe formy komunikacji marketingowej..... 13

Rozdział 2.

Marketing w Internecie.

2.1. Rozwój Internetu w Polsce.....18

2.2. Internet jako medium komunikacji..... 23

2.3. Formy marketingu w Internecie27

Rozdział 3.

Rynek nasion w Polsce.

3.1. Charakterystyka rynku nasion w Polsce33

3.2. Uczestnicy rynku nasion w Polsce35

3.3. Działania marketingowe w Internecie konkurentów firmy KWS Polska Sp. z o. o..... 39

Rozdział 4.

Komunikacja marketingowa w Internecie firmy KWS Polska Sp. z

o. o.

- 4.1. Charakterystyka firmy KWS Polska Sp. z o. o..... 47
- 4.2. Dotychczasowe działania marketingowe w Internecie firmy KWS Polska Sp. z o. o..... 50
- 4.3. Wnioski i rekomendacje odnośnie przyszłej komunikacji marketingowej w Internecie firmy KWS Polska Sp. z o. o..... 55

Zakończenie62

Bibliografia64

Spis tabel68

Spis rysunków..... 69

Spis wykresów70