

Marketing MIX dla pubu Que Pasa

Wstęp.....5

Rozdział I

Marketing-mix w zarządzaniu organizacją

- 1.1. Istota i znaczenie marketingu-mix..... 8
- 1.2. Miejsce marketingu-mix w zarządzaniu organizacją11
- 1.3. Marketing w działalności usługowej18
 - 1.3.1. Produkt18
 - 1.3.2. Cena22
 - 1.3.3. Dystrybucja24
 - 1.3.4. Promocja26
 - 1.3.5. Personel30
 - 1.3.6. Proces31
 - 1.3.7. Świadczenie materialne32
- 1.4. Kluczowe elementy organizacji zakładu gastronomicznego33

Rozdział II

Pub Que Pasa- charakterystyka

- 2.1. Pub Que Pasa- prezentacja przedsiębiorstwa..... 35
- 2.2. Analiza SWOT i SPACE pubu..... 42
- 2.3. Otoczenie konkurencyjne48
- 2.4. Pub jako element produktu turystycznego49

Rozdział III

Analiza marketingowa Pubu Que Pasa

- 3.1. Składowe produktu pubu Que Pasa..... 51
 - 3.1.1. Produkt51
 - 3.1.2. Cena55
 - 3.1.3. Dystrybucja..... 59

3.1.4. Promocja	60
3.1.5. Personel	65
3.1.6. Świadczenia materialne	71
2.3.7. Proces	74
3.2 Szanse i zagrożenia rozwoju pubu.....	75
3.2.1. Szanse	75
3.2.2. Zagrożenia	76
3.2.2. Funkcjonowanie w otoczeniu konkurencyjnym.....	79
Zakończenie	81
Bibliografia.....	84
Spis rysunków, wykresów i tabel	87