

Marketing mix w biurze podróży

Wstęp.....2

Rozdział I

Teoretyczne aspekty marketingu mix

1.1 Istota marketingu mix4

1.2 Elementy marketingu mix..... 7

1.3 Mix sprzedażowy17

Rozdział II

Promocja w literaturze przedmiotu

2.1 Istota promocji21

2.2 Cele promocji23

2.3 Funkcje promocji..... 26

2.4 Narzędzia promocji..... 29

Rozdział III

Praktyczne ujęcie promocji na przykładzie Biura Podróży ITAKA

3.1 Cel i metodologia badania36

3.2 Charakterystyka respondentów..... 41

3.3 Działania promocyjne Biura Podróży ITAKA w opiniach respondentów44

3.4 Wnioski54

Zakończenie56

Bibliografia..... 58

Spis rysunków..... 60

Spis tabel	60
Spis wykresów.....	60
Aneks – ankieta.....	61