

Promocja Polski na Wystawie Expo 2010 w Szanghaju

Wstęp.

Rozdział I.

Pojęcie promocji

1.1. Definicja promocji

1.2. Cel promocji

1.3. Narzedzia promocji

Rozdział II.

Swiatowe Wystawy Expo

2.1. Wystawy i targi jako narzedzie komunikacji marketingowej

2.2. Międzynarodowe Biuro Wystaw Swiatowych

2.3. Historia Swiatowych Wystaw Expo

2.4. Istota współczesnych Wystaw Expo

2.5. Przychody Wystaw Swiatowych

2.6. Najciekawsze Wystawy Expo

Rozdział III.

Promocja Polski na Swiatowej Wystawie Expo 2010

3.1. Historia Polski na Wystawach Expo

3.2. Temat przewodni Wystawy Expo 2010 i Polski

3.3. Programy promocyjne Polski na Expo 2010

3.4. Cel promocji Polski

3.5. Narzedzia realizacji strategii komunikacyjnej

Zakończenie.

Bibliografia