

Reklama jako forma promocji

Wstęp, cel metodyka badań

Rozdział 1.

Promocja jako element marketingu

1.1. Istota promocji

1.2. Podstawowe funkcje i strategie promocji

1.3. Znaczenie promocji dla przedsiębiorstwa (program promocji)

Rozdział 2.

Podstawowe formy promocji

2.1. Public Relations

2.2. Reklama

2.3. Sprzedaż osobista i akwizycja

2.4. Salls promotion

2.5. Targi i wystawy

2.6. Sponsoring

Rozdział 3.

Podstawowe formy i środki reklamy

3.1. Reklama telewizyjna

3.2. Reklama prasowa

3.3. Reklama radiowa

3.4. Reklama w Internecie

3.5. Pozostałe formy reklamy

Rozdział 4.

Reklama w przedsiębiorstwie XYZ.pl Wirtualne Biuro – Realne Korzyści

4.1. Charakterystyka przedsiębiorstwa

4.1.1. Na czym polega usługa wirtualnego biura?

4.1.2. Zalety biura wirtualnego.

4.1.3. Pakiety Wirtualnego BiuraInter.pl

4.1.4. Rejestracja spółki przez wirtualne biuro.

4.1.5. Przyszłość biur wirtualnych.

4.1.6. Koszty wirtualnego biura.

4.1.7. Tworzenie stron www i pozycjonowanie.

4.1.8. Rabaty wirtualnego biura.

4.1.9. Biuro i biuro rachunkowe – najlepiej w jednym miejscu.

4.1.10. Codzienność w XYZ.pl

4.2. Sposób prowadzenia reklamy w przedsiębiorstwie

4.2.1. Facebook

4.2.2. Pozycjonowaniem

4.2.3. Ogłoszenia

4.3. Ocena i kierunek rozwoju reklamy – podsumowanie

Zakończenie

Bibliografia

Spis stron internetowych

Spis rysunków

Spis wykresów

Spis tabel