

Reklama jako kluczowy instrument promocji w procesie zarządzania marketingowego przedsiębiorstwami

Wstęp.....3

Rozdział I

Rola marketingu w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.

1.1. Istota marketingu.....4

1.2 Charakterystyka procesu zarządzania marketingowego.....9

1.3. Wykorzystanie instrumentów marketingu-mix w aktywności rynkowej przedsiębiorstwa.....14

Rozdział II

Reklama jako narzędzie promocji

2.1 Pojęcie reklamy i jej funkcje.....22

2.2 Rola reklamy w procesie komunikacji marketingowej.....30

2.3. Mechanizm działania przekazu reklamowego.....33

Rozdział III

Reklama jako narzędzie komunikacji marketingowej pomiędzy przedsiębiorstwem a konsumentem – na podstawie wyników badań własnych.

3.1. Cel i przedmiot badania.....42

3.2. Problemy i hipotezy badawcze.....42

3.3. Metoda i technika badania.....	43
3.4 Analiza wyników badań ankietowych.....	44
3.5. Wnioski z przeprowadzonych badań.....	49

Zakończenie.....	51
-------------------------	-----------

Bibliografia.....	53
--------------------------	-----------

Spis rysunków.....	54
---------------------------	-----------

Spis tabel i wykresów.....	55
-----------------------------------	-----------

Załączniki.....	56
------------------------	-----------