

Reklama radiowa jako instrument promocyjny przedsiębiorstwa na przykładzie Radia XYZ

Wstęp

Rozdział I

Promocja i reklama jako jedno z działań marketingowych przedsiębiorstwa

1.1 Istota i rodzaje

1.2 Reklama jako środek promocyjny

1.3 Skuteczność i efektywność promocyjnych działań firm

Rozdział II

Charakterystyka reklamy radiowej

2.1 Uwarunkowanie wyboru nośników reklamy – reklama radiowa

2.2 Własności reklamy radiowej

2.3 Zasady tworzenia reklamy radiowej

2.4 Uwarunkowanie skuteczności reklamy radiowej

Rozdział III

Charakterystyka Radia XYZ (jako obiektu badań)

3.1 Rola i funkcje radia komercyjnego

3.2 Struktura organizacyjna Radia XYZ

3.3 Rola Radia XYZ na regionalnym rynku reklamy

Rozdział IV

Działalność reklamowa Radia XYZ

5.1 Miejsce reklamy w działalności firmy

5.2 Oferta reklamowa Radia XYZ

5.3 Główni kontrahenci

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel i schematów