

Rola promocji przedsiębiorstwie zorientowanym rynkowo.

W

Wstęp3

Rozdział I.

Podstawy promocji

1.1 Istota promocji 4

1.2 Narzedzia promocji10

1.3 Budżet promocji 13

Rozdział II.

Reklama jako element promocji

2.1 Istota reklamy15

2.2 Cele reklamy16

2.3 Formulowanie strategii reklamy19

2.4 Slogan reklamowy21

2.5 Wybór mediów..... 23

2.6 Badanie skuteczności reklamy..... 29

Rozdział III.

Pozostałe formy promocji

3.1 Znaczenie sprzedaży osobistej32

3.2 Wystawy i targi35

3.3 Sponsoring37

3.4 Znak towarowy, marka i opakowanie produktu – jego funkcje, cechy i siła oddziaływania na konsumenta40

3.5 Public relations i srodki popierania sprzedaży 45

Zakończenie50

Spis rysunków, tabel51

Bibliografia 52