

Strategia marketingowa firmy funkcjonującej na rynku usług turystycznych i rekreacyjnych.

1. Opis firmy
2. Charakterystyka otoczenia dalszego i bliższego firmy
3. Charakterystyka klientów
4. Opis oferty firmy
5. Omówienie polityki cenowej
6. Omówienie sposobów dystrybucji usług
7. Komunikacja firmy z otoczeniem
8. Polityka personalna firmy
9. Własna ocena prowadzonych działań marketingowych firmy