

Wpływ działalności promocyjnej przedsiębiorstwa energetyki ciepłej na budowanie wizerunku przedsiębiorstwa

Wstęp.....2

Rozdział 1.

Istota promocji.

1.1.Miejsce promocji w koncepcji marketingu – mix.....3

1.2.Promocja jako proces komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem.....8

1.3.Etapy budowy skutecznej komunikacji.....11

1.4.Formy promocji.....18

Rozdział 2.

Charakterystyka Przedsiębiorstwa Energetyki Ciepłej.

2.1.Dane podstawowe.....25

2.2.Analiza SWOT.....26

2.3.Wizja i misja.....30

Rozdział 3.

Działalność promocyjna PEC.

3.1.Działalność promocyjna.....33

3.2.Próba oceny działań promocyjnych PEC.....36

3.3.Znaczenie promocji sprzedaży w budowaniu wizerunku przedsiębiorstwa.....40

Zakończenie.....	42
Literatura.....	44
Spis rysunków.....	45
Spis tabel.....	46