

Zarządzanie strategią marketingową przedsiębiorstwa na przykładzie Education FirstPolska

Rozdział 1

Uzasadnienie podjęcia tematu

- 1.1. Cele i hipotezy badawcze.....10
- 1.3. Metodyka badań.....11
 - 1.3.1. Dobór obiektu do badań.....11
 - 1.3.2. Metoda badań.....11
 - 1.3.3. Metoda prezentacji wyników.....11
- 1.4. Zakres pracy.....11

Rozdział 2

2.1 Strategia marketingowa w przedsiębiorstwie

- 2.2. Definicja i rodzaje strategii marketingowych.....13
- 2.3. Kanały dystrybucji usług.....28
 - 2.3.1. Pojęcie kanału marketingowego oraz dystrybucji.....28
 - 2.3.2. Wprowadzenie do procesu nabywania usług.....29
 - 2.3.3. Etapy procesu nabywania usług.....29
- 2.4. Etapy opracowywania strategii marketingowej.....31
 - 2.4.1. Analiza portfelowa.....31
 - 2.4.2. Wybór ogólnej strategii.....33
 - 2.4.3. Ocena możliwości wzrostu.....34
 - 2.4.4. Strategie konkurencji.....35
- 2.5. Przegląd dotychczasowych wyników badań.....36

Rozdział 3

Charakterystyka obiektu badawczego

- 3.1. Historia rozwoju przedsiębiorstwa Education First.....41
- 3.2. Charakterystyka organizacji.....48

3.3. Charakterystyka usług oraz grupy docelowej.....	45
3.4. Charakterystyka działalności marketingowej przedsiębiorstwa.....	53
3.5. Charakterystyka konkurencji.....	55
3.6. Analiza SWOT przedsiębiorstwa oraz kampanii marketingowych.....	62

Rozdział 4

Analiza wyników badań.

4.1. Charakterystyka próby badawczej.....	66
4.2. Analiza badań.....	67
4.3. Rekomendacje i propozycje zmian.....	82

Podsumowanie i wnioski.....

Bibliografia.....

Spis rysunków.....

Spis tabel.....

Załączniki.....