

Działania marketingu handlowego na podstawie firmy Bytom

Wstęp

1. Charakterystyka marketingu w handlu.
 - 1.1 Istota i pojęcie przedsiębiorstwa handlowego.
 - 1.2 Rodzaje handlu detalicznego.
 - 1.3 Obsługa klienta.
 - 1.4 Merchandising.
2. Analiza sytuacyjna przedsiębiorstwa Bytom SA
 - 2.1 Analiza handlu ubiorami męskimi w Polsce
 - 2.2 Analiza przedsiębiorstwa Bytom SA.
 - 2.3 Analiza, profil klientów przedsiębiorstwa Bytom SA.
 - 2.4 Analiza konkurencji przedsiębiorstwa Bytom SA.
 - 2.5 Analiza SWOT.
3. Analiza, ocena, sposoby poprawy działalności przedsiębiorstwa Bytom SA

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel

Spis wykresów

Wstęp

W dobie globalizacji i rosnącej konkurencji, działania marketingowe odgrywają kluczową rolę w sukcesie przedsiębiorstw. Działania marketingowe, w tym przypadku działania marketingu handlowego, to ogół działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa w celu sprzedaży swoich produktów i usług klientom. Celem niniejszej pracy jest analiza działalności marketingowej firmy Bytom oraz ocena wpływu tych działań na sukces przedsiębiorstwa na rynku handlu odzieżą męską w Polsce.

Praca ta składa się z trzech głównych części. W pierwszej części zostanie przedstawiona charakterystyka marketingu w handlu, w tym omówienie istoty i

pojęcia przedsiębiorstwa handlowego, rodzajów handlu detalicznego, obsługi klienta, a także merchandisingu, który obejmuje marketing mix w handlu. Celem tej części jest zapoznanie czytelnika z podstawowymi pojęciami związanymi z marketingiem handlowym, które posłużą jako fundament do analizy przypadku firmy Bytom.

Druga część pracy skupia się na analizie sytuacyjnej przedsiębiorstwa Bytom SA. Zostanie przeprowadzona analiza handlu ubiorami męskimi w Polsce, by pokazać ogólny kontekst rynkowy, w którym działa firma Bytom. Następnie zostanie dokonana szczegółowa analiza przedsiębiorstwa, w tym profil klientów oraz konkurencji. W ramach tej części zostanie również przeprowadzona analiza SWOT, która pomoże zidentyfikować mocne i słabe strony przedsiębiorstwa oraz szanse i zagrożenia wynikające z otoczenia rynkowego.

W trzeciej i ostatniej części pracy zostaną przedstawione wnioski wynikające z analizy, oceny działalności marketingowej firmy Bytom oraz sposoby poprawy tych działań. Celem tej części jest przedstawienie praktycznych rekomendacji, które mogą pomóc przedsiębiorstwu w dalszym rozwoju i zwiększeniu konkurencyjności na rynku handlu odzieżą męską w Polsce.

W zakończeniu pracy zostanie podsumowana istota i znaczenie działań marketingowych w handlu na przykładzie firmy Bytom oraz przedstawione przemyślenia na temat przyszłości przedsiębiorstwa w kontekście zmieniającego się rynku. Praca zostanie uzupełniona o bibliografię, spis tabel oraz wykresów, które posłużyły jako materiał źródłowy do analizy i ilustracji przedstawionych zagadnień.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!