

Marketing mix - w Browarach XXX S.A. i jego wpływ na pozycję browarów na rynku piwa

Liczba stron: 127

Spis treści

Wstęp.

Rozdział 1. Marketingowa koncepcja kierowania rynkiem

1.1. Strategia marketingowa

1.2. Elementy marketingu mix

1.2.1. Strategia produkt

1.2.2. Strategia ceny

1.2.3. Strategii promocji

1.2.4. Polityka Dystrybucji

1.3. Wybór odpowiedniej koncepcji marketingu mix

Rozdział 2. Stan prawny i charakterystyka działalności produkcyjnej Browarów XXX S.A.

2.1. „Z tradycją w przyszłość ” Browary XXX S.A.

2.2. Status formalno - prawny i struktura majątkowa Browarów XXX S.A.

2.3. Struktura organizacyjna oraz struktura zatrudnienia Browarów XXX S.A.

2.4. Wynik finansowy, wielkość , struktura sprzedaży piwa produkowanego przez Browary XXX w latach 2013 - 2015

2.4.1. Pozycja poszczególnych gatunków piwa w sprzedaży

2.4.2. Udział w sprzedaży poszczególnych opakowań

2.5. Charakterystyka wybranego procesu technologicznego

Rozdział 3. Rynek piwa w Polsce

3.1. Miejsce Browarów XXX na rynku piwa

3.1.2. Zyskowność Browarów XXX na tle osiągnięć innych browarów polskich

3.1.3. Udział piwa z Browarów XXX w produkcji krajowego przemysłu piwowarskiego

3.1.4. Udział Browarów XXX w regionalnych rynkach piwa

3.1.5. Asortyment piw produkowanych w Browarach XXX na tle konkurencji

3. 2. Konsumpcja piwa w Polsce

3.2.1. Charakterystyka segmentów konsumentów piwa w Polsce

3.2.2. Cechy charakterystyczne segmentów konsumentów obsługiwanych przez Browary XXX

3.2.3. Stosunek konsumentów piwa do Browarów XXX S.A. oraz jego produktów w latach 2013 - 2015

Rozdział 4. Cele strategiczne Browarów XXX S.A.

4.1. Strategia rozwoju spółki i planowane kierunki działań inwestycyjnych

4.2. Planowane cele ilościowe jakie Browary XXX chcą osiągnąć w roku 2016

4.2.1. Planowana struktura sprzedaży według marek piwa produkowanego przez Browary XXX

4.2.2. Planowany udział w sprzedaży poszczególnych opakowań w 2016

4.3. Strategia marketingowa Browarów XXX na rok 2016

4.3.1. Działania w zakresie poszczególnych narzędzi marketingu - mix

4.3.2. Ekspansja terytorialna Browarów XXX. Założenia marketingu mix na rynkach regionalnych

Zakończenie

Literatura

Spis tabel

Spis rysunków

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