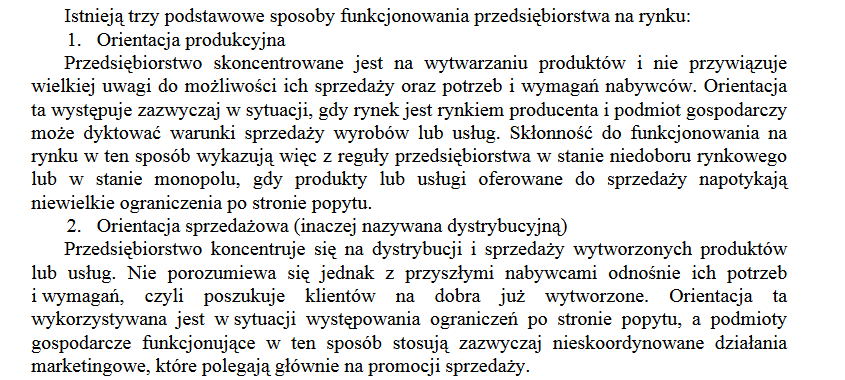
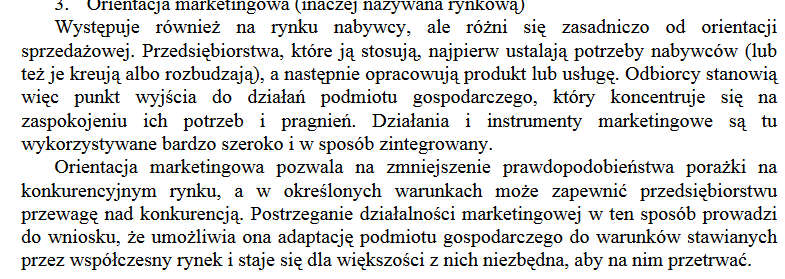
**MATERIAŁ**

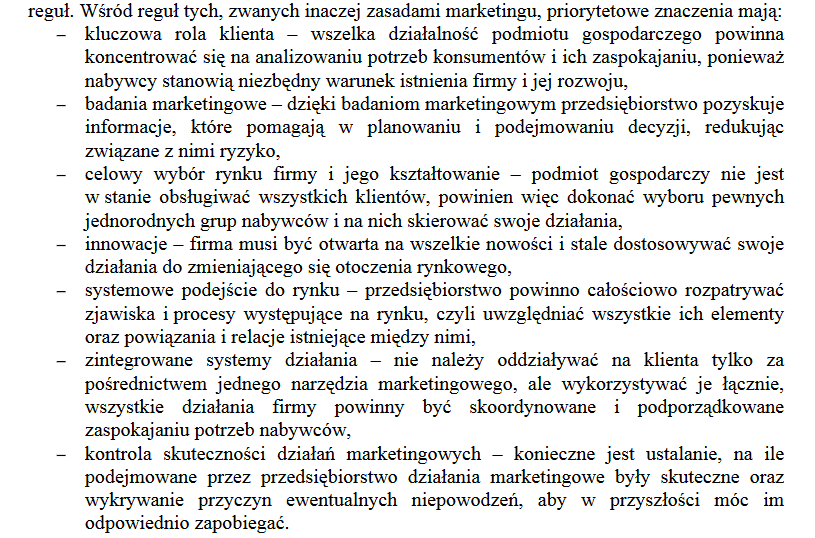


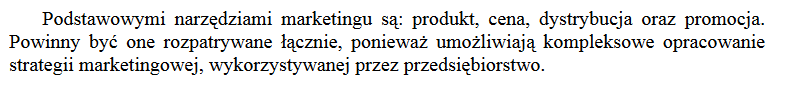
**I. ELEMENTY MARKETINGU**



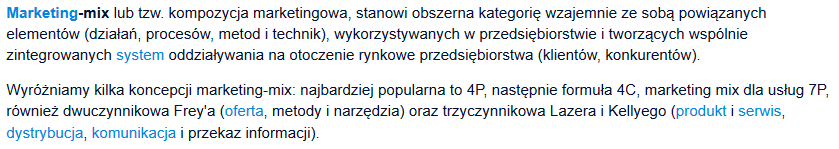


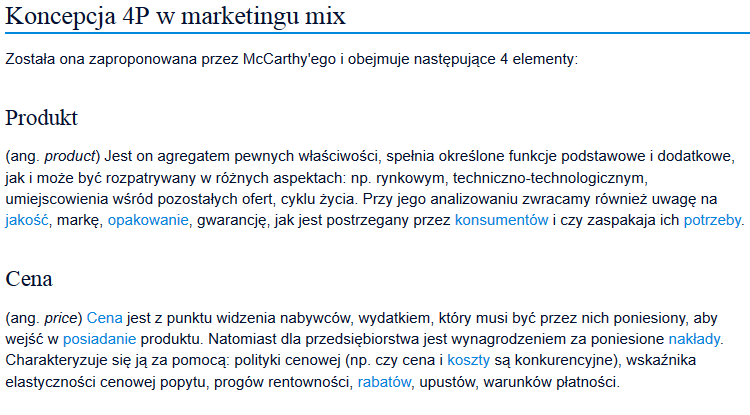
**Wśród reguł zwanych inaczej zasadami marketingu priorytetowe znaczenie mają:**

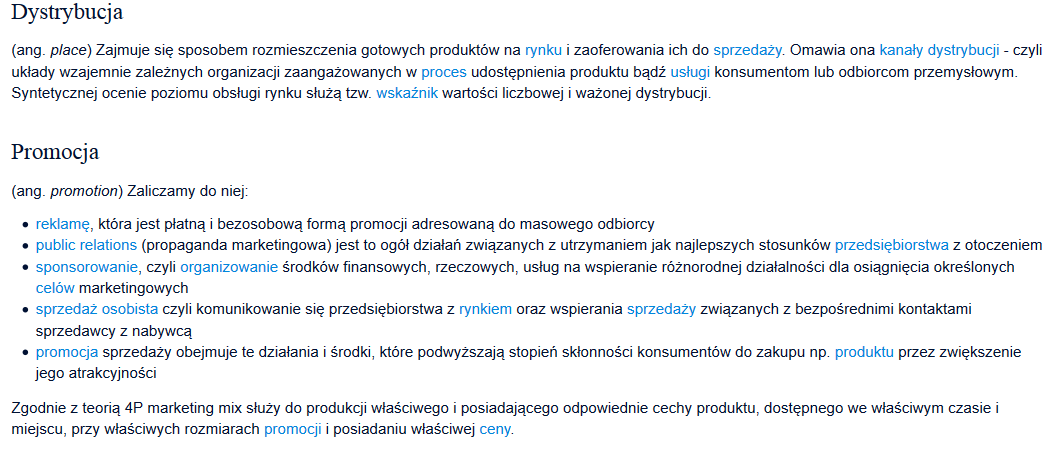




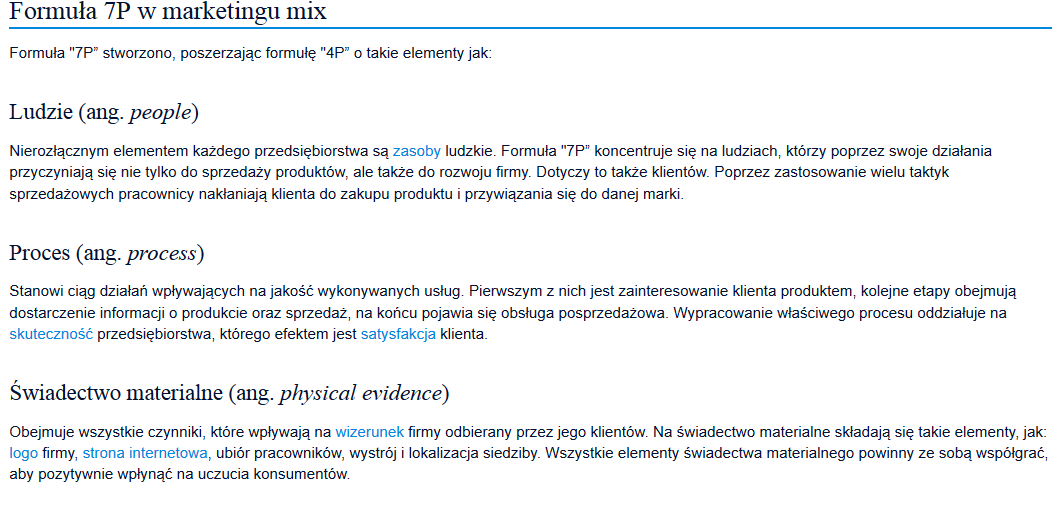
**II MARKERING - mix**

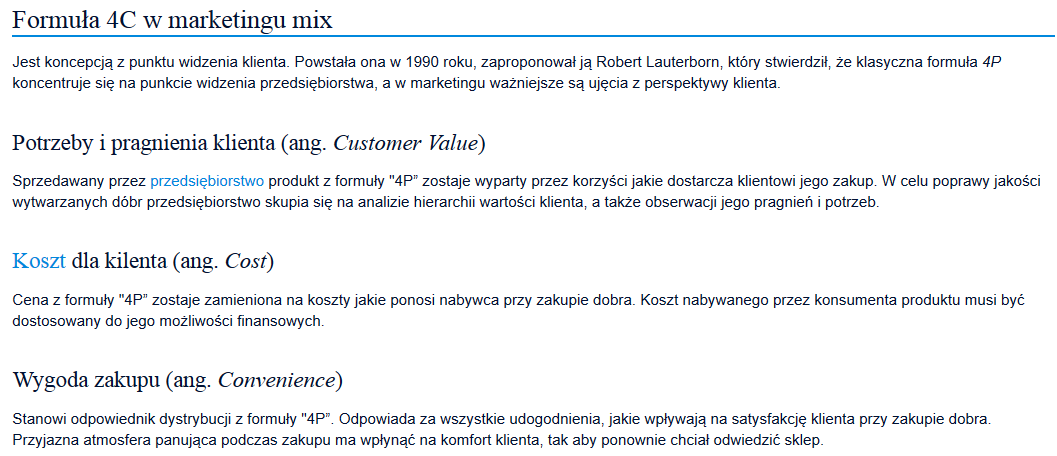


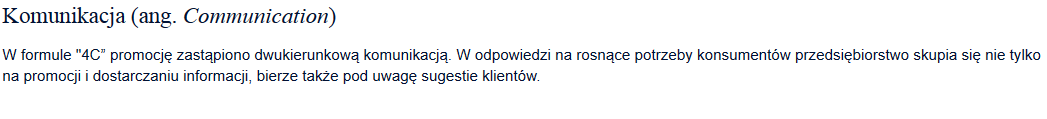




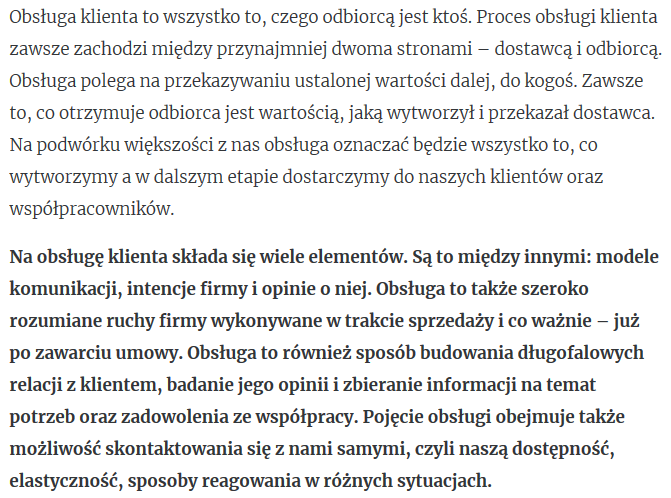


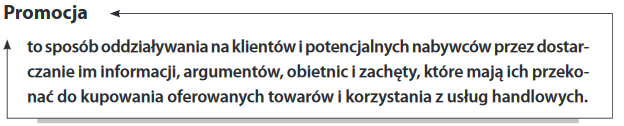


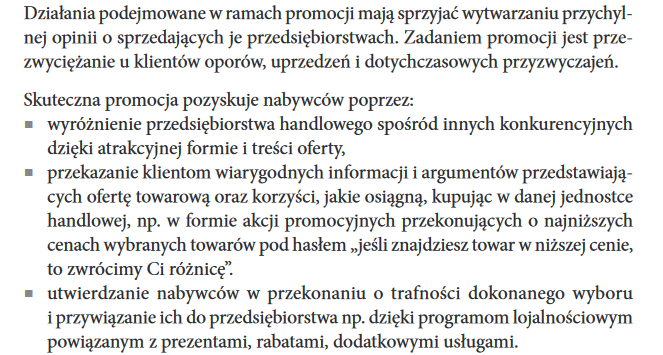


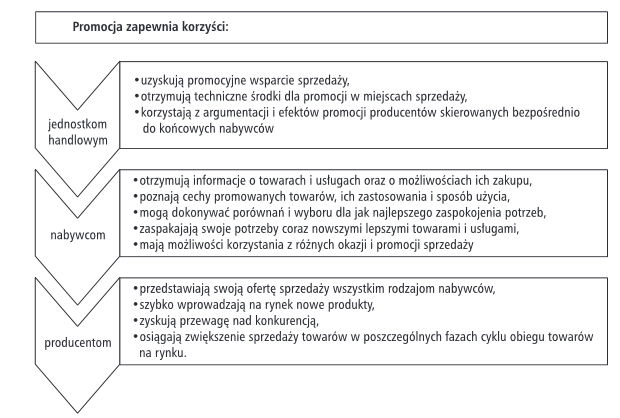


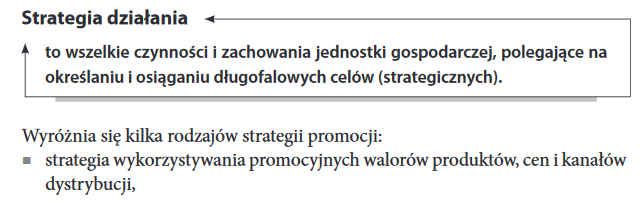
**III. Działania promocyjne przy obsłudze klientów.**

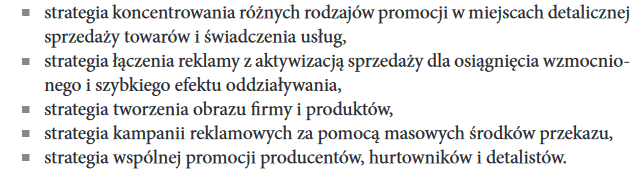












Materiały pochodzą z : http://sklep.wsip.pl/uploads/litb/629\_litb.pdf, <file:///C:/Users/BOGUMI~1/AppData/Local/Temp/165804_e-preprint_A18_obsluga_klientow_t3.pdf>, [http://www.zs-strzyzow.itl.pl/files/dydaktyka/ekonomista/Technik%20ekonomista\_341[02].Z1.03\_u.pdf](http://www.zs-strzyzow.itl.pl/files/dydaktyka/ekonomista/Technik%20ekonomista_341%5b02%5d.Z1.03_u.pdf), <https://mfiles.pl/pl/index.php/Marketing_mix#google_vignette> oraz z podręcznika Obsługa klientów. Halina Zielińska grafiki ze stron internetowych

**ZADANIA NALEŻY ODESŁAĆ NA ADRES SŁŻBOWY DO 22 stycznia 2021 roku**

**ZADANIA.**

**1.Jakie są podstawowe zasady marketingu?**

**2.Czym różnią się trzy podstawowe sposoby funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku?**

**3.Co oznacza formuła 4P, 7P.**

**4. Jaki jest związek między narzędziami marketingu?**

**5.Dlaczego należy koordynować działania i narzędzia marketingu?**

**6.Na podstawie przykładów z rzeczywistości gospodarczej, podaj korzyści, jakie osiągnęli z działań promocyjnych sklepu: nabywcy, producenci, placówka handlowa.**

**7.Dlaczego kompozycja marketingu mix stosowana przez przedsiębiorstwo powinna ulegać zmianom?**

**8.Wyjaśnij dlaczego krótkotrwałe działania promocyjne bardzo rzadko przynoszą oczekiwane korzyści.**