

Targi w gospodarce rynkowej



Cena: 49,00 PLN

Opis słownikowy

Autor	red. nauk. Andrzej Szromnik
Format	165x238
ISBN	978-83-63804-53-4
Język	polski
Liczba stron	166
Oprawa	miekka
Rok wydania	2014
Wydawnictwo	edu-Libri

Opis produktu

Strategia marketingowa organizacji pomijająca jej uczestnictwo w targach jest strategią pozbawiona jest podstawowego środka komunikowania się środowiska branżowego, a także strategicznego źródła informacji o partnerach, sprzymierzeńcach, konkurentach, a nawet potencjalnych przeciwnikach.

Niniejsza praca ma w zamierzeniu jej Autorów nie tylko przybliżyć idee, cele i koncepcje przedsięwzięć targowych, ale głównie dostarczyć informacji niezbędnych do oceny szans sukcesu przedsiębiorstwa na targach.

Książka składa się z dwóch części.

Część pierwsza, teoretyczno-opisowa, oparta jest na publikacjach krajowych i zagranicznych na temat targów. Zawiera ona uporządkowany przegląd poglądów dotyczących ich istoty, funkcji i typów. Szczególną uwagę poświęcono charakterystyce uczestników rynku targowego oraz długofalowym kierunkom przemian tego rynku. Zaproponowano system mierników wielkości oraz rangi targów w skali mikro-, mezo- i makroekonomicznej.

Druga część monografii zawiera unikatową analizę rzeczywistych struktur polskiego rynku targowego, analizę koncentracji tego rynku oraz hierarchię miejskich ośrodków targowych.

Opracowanie jest efektem zainteresowań pracowników Katedry Handlu i Instytucji Rynkowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, w szczególności dwuletnich studiów oraz analiz w ramach programu badań statutowych UEK.