

plan pracy magisterskiej - poglądowy konspekt

Temat: Czynniki wpływające na postrzeganie wizerunku firmy na przykładzie funkcjonowania gabinetu kosmetyki pielęgnacyjnej i kosmetologii

WSTĘP

ROZDZIAŁ 1. Marketing gabinetu kosmetycznego

- 1.1. Marketing usług
- 1.2. Strategia marketingowa na rynku usług kosmetycznych
- 1.3. Instrumenty promocji usług kosmetycznych
- 1.4. Wizerunek zakładu kosmetycznego i czynniki wpływające na jego *image*
- 1.5. Determinanty oferowanych usług

ROZDZIAŁ 2. Funkcjonowanie gabinetu kosmetycznego w świetle budowania *image* na rynku usług kosmetycznych

- 2.1. Geneza, rola i zadania kosmetyki i kosmetologii
- 2.2. Obsługa klienta. Gabinet kosmetyczny w percepcji klientów
- 2.3. Potrzeby i segmentacja klientów ze względu na oczekiwany poziom obsługi
- 2.4. Czynniki warunkujące przewagę konkurencyjną i potencjał konkurencyjny salonu kosmetycznego

ROZDZIAŁ 3. Rola i zadania właściciela i pracowników gabinetu kosmetycznego

- 3.1. Kształtowanie wizerunku gabinetu i personelu
- 3.2. Odpowiedni dobór personelu
- 3.3. Zasady i bariery komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej
- 3.4. Motywowanie i kontrola pracowników filarem budowania zaufania

ROZDZIAŁ 4. Metodologia badań własnych

- 4.1. Cel i przedmiot badań
- 4.2. Hipotezy badawcze
- 4.3. Charakterystyka terenu badań i badanej populacji
- 4.4. Skutki satysfakcji klienta zebrane za pomocą badań ankietowych
- 4.5. Podsumowanie wyników badań własnych

Zakończenie

Bibliografia Spis

tabel Spis

fotografii Spis

rysunków

ANEKS - KWESTIONARIUSZ ANKIETY