

Spis treści

Wstęp	5
1. Miejsce i znaczenie agencji reklamowej w gospodarce	7
2. Produkty reklamowe na rynku	33
3. Opracowywanie ofert handlowych na rynku reklamowym	55
4. Ceny na rynku reklamowym, wynagrodzenie agencji reklamowej, wycena ofert handlowych	89
5. Prezentacje	107
6. Typy klientów agencji reklamowych oraz tworzenie i zarządzanie bazą danych klientów	125
7. Spotkania biznesowe, w tym rozmowy sprzedażowe i negocjacje	143
8. Realizacja zleceń i dokumentowanie sprzedaży	155