Kształtowanie marki na przykładzie XXX S.A.

77 stron, 41 pozycji w bibliografii

Wstęp 3

Rozdział I. Istota marek handlowych 5
1.1. Pojęcia marek 5
1.2. Geneza marek 9
1.3. Rodzaje marek 12

Rozdział II. Wpływ marki handlowej na decyzje zakupu 18
2.1. Tworzenie marki 18
2.2. Siła marki 23
2.3. Lojalność klientów wobec marki 33
2.4. Marka handlowa a postępowanie nabywców 39

Rozdział III. Marka jako ważny element strategii marketingowej XXX S.A. 42
3.1. Geneza, rozwój i charakterystyka przedsiębiorstwa 42
3.2. Otoczenie dalsze i bliższe 46
3.3. Znaczenie marki handlowej dla XXX 53
3.4. Rola identyfikacyjna 56
3.5. Rola konkurencyjna 58

Rozdział IV. Ewolucja wizerunku marki XXX 62
4.1. Elementy graficzne 62
4.2. Marka jako składnik tożsamości firmy 64

Rozdział V. Promocja marketingowa 68
5.1. Reklama 68
5.2. Public Relations 71
5.3. Sponsoring 72
5.4. Inne formy 72

Wnioski 74

Bibliografia 75
Spis rysunków 77

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis