Kształtowanie pozytywnego wizerunku na przykładzie ICN Polfa Rzeszów S.A

licencjacka / WYŻSZA SZKOŁA SPOŁECZNO-GOSPODARCZA W TYCZYNIE

SPIS TREŚCI:

WSTĘP

ROZDZIAŁ I
POJĘCIE WIZERUNKU FIRMY 6

1.1. Rodzaje i elementy wizerunku 6
1.2. Proces kształtowania wizerunku 8
1.3. Wizerunek a tożsamość przedsiębiorstwa 12
1.4. Znaczenie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa 13

ROZDZIAŁ II
ISTOTA PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI PUBLIC RELATIONS W PRZEDSIĘBIORSTWIE 16

2.1. Definicja i cechy public relations 16
2.2. Powstanie i ewolucja public relations 18
2.3. Podstawowe funkcje, cele i zadania public relations 20
2.4. Miejsce public relations w strukturze organizacyjnej firmy 26

ROZDZIAŁ III
FORMA ORGANIZACYJNO – PRAWNA I CHARAKTERYSTYKA ICN Polfa Rzeszów S.A. 30

3.1. Rys historyczny ICN Polfa Rzeszów S.A. 30
3.2. Struktura organizacyjna ICN Polfa Rzeszów S.A. 34
3.3. Charakterystyka działalności gospodarczej ICN Polfa Rzeszów S.A. 36

3.4. Podstawa działania i sposób organizacji 40

ROZDZIAŁ IV
TECHNIKI KSZTAŁTOWANIA POZYTYWNEGO WIZERUNKU FIRMY WYKORZYSTYWANE PRZEZ ICN POLFA RZESZÓW S.A. 43

4.1. Misja firmy ICN Polfa Rzeszów S.A. 43
4.2. Firmowy system identyfikacji ICN 44
4.3. Działalność Public Relations w ICN Polfa Rzeszów S.A. 48
4.4. Sponsoring ICN Polfa Rzeszów S.A. 56

ZAKOŃCZENIE 60

BIBLIOGRAFIA 61

SUMMARY 62

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