

Kształtowanie wizerunku firmy w Internecie na przykładzie firmy Nokia Poland

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

109 stron, 45 pozycji w bibliografii

WSTĘP 4

ROZDZIAŁ I 6

ROLA PUBLIC RELATIONS W KSZTAŁTOWANIU WIZERUNKU FIRMY 6

1.1. Rola promocji w systemie komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem 6

1.2. Kształtowanie wizerunku a public relations 13

1.3. Co to jest public relations 15

1.4. Narodziny i ewolucja public relations 19

1.5. Marketingowe narzędzia public relations 20

1.5.1. Wydawnictwa zakładowe 21

1.5.2. Imprezy 25

1.5.3. Lobbing 27

1.5.4. Media 31

1.5.5. Sponsoring 34

ROZDZIAŁ II 37

DZIAŁANIA PUBLIC RELATIONS W INTERNECIE 37

2.1. Co to jest Internet? 37

2.2. Początki i rozwój Internetu 39

2.3. Profil statystyczny użytkowników Internetu 42

2.3.1. Struktura społeczno – ekonomiczna 43

2.3.2. Struktura demograficzna 45

2.3.4. Struktura psychograficzna 47

2.4. Wykorzystanie Internetu w procesie marketingowym 49

2.5. Komunikacja z otoczeniem firmy poprzez Internet 59

2.5.1. Komunikacja z klientami i informacja wewnętrzna 61

2.5.2. Komunikacja z mediami w Internecie 62

2.3.4. Sponsoring w Internecie 66

2.3.5. Techniki umożliwiające interakcję społeczną 68

ROZDZIAŁ III 71

KREOWANIE WIZERUNKU FIRMY NOKIA W INTERNECIE 71

3.1. Charakterystyka firmy Nokia i zakres jej działalności 71

3.2.1. Historia firmy Nokia 71

3.2.2. Firma Nokia dziś 76

3.2. Strony WWW firmy Nokia. 83

3.2.1. nokia.com.pl 83

3.2.2. club.nokia.com.pl 84

3.2.3. partner.nokia.com.pl 87

3.2.4. forum.nokia.com 88

3.3. Narzędzia e – public relations wykorzystywane przez firmę Nokia 89

3.3.1. Media relations firmy Nokia w Internecie 90

3.3.2. Działania sponsoringowe firmy Nokia 91

3.3.3. Biuletyn Informacyjny „Nokia Styl” 92

3.4. Badanie stopnia interaktywności stron WWW firmy Nokia 93

3.4.1. Zdefiniowanie pojęcia interaktywności 93

3.4.2. Określenie stopnia interaktywności w badanych witrynach 97

3.5. Badanie procesu personalizacji stron WWW firmy 99

3.5.1. Definicja personalizacji i narzędzia jej realizacji 99

3.5.2. Wykorzystanie narzędzi personalizacji na stronach WWW firmy Nokia 100

ZAKOŃCZENIE 103

BIBLIOGRAFIA 104

SPIS RYSUNKÓW 108

SPIS TABEL 108

SPIS WYKRESÓW 109

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis