

Znaczenie marki w budowaniu firmy

Wstęp

Rozdział I

Znaczenie promocji w kreowaniu wizerunku

1.1. Pojęcie promocji i promotion mix

1.2. Funkcje promocji

1.3. Zachowania konsumentów na rynku

Rozdział II

Marka i jej znaczenie na rynku

2.1. Pojęcie i istota marki

2.2. Znaczenie marki jako narzędzia kreowania sprzedaży

2.3. Sposoby kreowania marki

Rozdział III

Rola marki w budowaniu firmy na przykładzie firmy XYZ

3.1. Firma XYZ – zarys pozycji

3.2. Sposoby kreowania marki

3.3. Mechanizm budowania marki

3.4. Wpływ i znaczenie marki na sprzedaż produktów

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel i rysunków