

Budowa wizerunku firmy na przykładzie firmy Wojas S.A.

Wstęp.....4

Rozdział 1.

Identyfikacja wizualna firmy

1.1. Znaczenie niematerialnych zasobów w procesach budowania wartości rynkowej przedsiębiorstwa6

1.2. System komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem11

1.3. Pojęcie identyfikacji wizualnej18

Rozdział 2.

Wizerunek jako przewaga strategiczna firmy

2.1. Rola wizerunku firmy w jej strategii marketingowej..... 24

2.2. Wizerunek firmy jako element jej wartości28

Rozdział 3.

Budowa wizerunku firmy na przykładzie firmy Wojas S.A.

3.1. Charakterystyka firmy Wojas S.A.33

3.2. Instrumenty marketingu-mix wykorzystywane przez firmę Wojas S.A..... 38

Podsumowanie45

Bibliografia47

Wykaz rysunków i tabel..... 50