

# **Kampania reklamowa telefonii komórkowej Orange w mediach w 2012 roku**

**Wstęp.....3**

## **Rozdział I**

Public Relations w kreowaniu wizerunku firmy

1. Rozwój i definicja PR ..... 5
2. Rola i znaczenie wizerunku firmy ..... 10
3. Narzedzia PR w kreowaniu wizerunku firmy .....16

## **Rozdział II**

**Firma Orange na rynku**

1. Historia powstania ..... 20
2. Zakres działania i misja firmy ..... 22
3. Oferta rynkowa .....25

## **Rozdział III**

**Kampania medialna promująca firme Orange w 2012**

1. Kampanie medialne firmy Orange ..... 32
  - 1.1. Prasa ..... 33
  - 1.2. Radio .....37
  - 1.3. TV –TP1, TP2 .....38
2. Kampanie Internetowe firmy Orange .....39
3. Kampanie charytatywne firmy Orange..... 42

**Zakończenie .....44**

**Bibliografia..... 46**

**Spis rysunków..... 48**