

# **Kreowanie Wizerunku Firmy na przykładzie Stomil-Olsztyn S.A.**

## **1. Wprowadzenie**

1.1. Cel i zakres pracy ..... 4

1.2. Literatura i materiały źródłowe ..... 7

## **2. Charakterystyka Stomil-Olsztyn S.A.**

2.1. Etapy rozwoju i struktura organizacyjna ..... 9

2.2. Otoczenie konkurencyjne ..... 22

## **3. Tworzenie wizerunku firmy**

3.1. Pojęcie wizerunku firmy ..... 25

3.2. Rola systemu identyfikacji w procesie kształtowania image firmy ..... 28

3.3. Wykorzystanie marketingu-mix w tworzeniu wizerunku firmy ..... 35

## **4. Wizerunek marki i produktu**

4.1. Nowe logo marki Kormoran ..... 51

4.2. Tożsamość wizualna jako element wizerunku firmy ..... 55

## **5. Instrumenty marketingu-mix wykorzystywane w Stomil-Olsztyn S.A. do tworzenia image firmy**

5.1. Strategia produktu ..... 57

5.2. Strategia ceny ..... 63

5.3. Strategia dystrybucji ..... 66

## **6. Promocja w strategii marketingowej firmy**

6.1. Reklama ..... 71

6.2. Public Relations ..... 74

6.3. Sponsoring ..... 80

6.4. Marketing wystawienniczy ..... 84

**Podsumowanie i wnioski koncowe**

**Bibliografia ..... 89**

**Spis rysunków ..... 91**

**Spis wykresów**