

Kreowanie wizerunku firmy na przykładzie telefonii komórkowej

Wstęp.....3

Rozdział I.

Public relations w procesie komunikacji rynkowej

1.1. Istota i funkcje public relations5

1.2. Zakres działalności, cele i strategie public relations.....13

1.3. Komunikacja zewnętrzna i wewnętrzna firmy.....18

Rozdział 2.

Kreowanie wizerunku firmy

2.1. Public relation jako metody kreowania wizerunku firmy.....25

2.2. Działania podejmowane podczas kreowania wizerunku firmy31

2.3. Wyodrębnione techniki public relations.....33

Rozdział 3.

Heyah- operator komórkowy

3.1. Rynek usług telefonii komórkowej w Polsce w latach 1998 – 2003.....38

3.2. Charakterystyka firmy Heyah42

Rozdział 4.

Analiza działań public relations firmy Heyah

4.1. Promocja rozwoju firmy45

4.2. Ocena skuteczności działań firmy w zakresie public

relation.....50

Zakończenie53

Bibliografia..... 55

Spis tablic i rysunków57