

Kreowanie wizerunku firmy ubezpieczeniowej na podstawie PZU

Wstęp5

Rozdział I

Tworzenie wizerunku firmy

- 1.1 Historia i charakterystyka działalności ubezpieczeniowej7
- 1.2 Pojęcie i funkcje marki 12
- 1.3 Wizerunek a tożsamość i reputacja firmy 14
- 1.4 Elementy kształtowania wizerunku 18
- 1.5 Proces kształtowania wizerunku 23

Rozdział II

Kompozycja marketingowa (marketing mix) w kreowaniu wizerunku

- 2.1 Marketing mix – koncepcja 4P 26
- 2.2 Produkt jako element marketingu mix 28
- 2.3 Cena, jako element marketingu mix 32
- 2.4 Dystrybucja jako element marketingu mix 37
- 2.5 Promocja jako element marketingu mix..... 40

Rozdział III

Strategia kreowania wizerunku PZU S.A.

- 3.1 Historia i charakterystyka firmy 43
- 3.2 Elementy kształtujące wizerunek 46
 - 3.2.1 Produkt 46
 - 3.2.2 Cena 48

3.2.3 Dystrybucja	50
3.2.3 Promocja	51
3.3 Ocena budowania wizerunku.....	54

Zakończenie	57
Bibliografia	58
Spis tabel.....	63
Spis rysunków.....	63
Załącznik 1.....	66
załącznik 2.....	67