

# Kreowanie wizerunku Lady Fitness Club we Wrocławiu

Wstęp .....3

## Rozdział 1

Public Relations w procesie tworzenia wizerunku firmy

- 1.1. Definicje i cele Public Relations.....4
- 1.2. Istota i rodzaje wizerunku.....10
- 1.3. Wizerunek, a tożsamość i reputacja firmy.....12
- 1.4. Planowanie działań Public Relations.....14
- 1.5. Techniki i narzędzia Public Relations.....16

## Rozdział 2

**Charakterystyka Lady Fitness Club.**

- 2.1. Historia firmy .....31
- 2.2. Struktura organizacyjna Lady Fitness Club.....31
- 2.3. Personel pracowniczy.....33
- 2.4. Wyposażenie fitness klubu.....35
- 2.5. Sprzedaż usług i marketing.....40

## Rozdział 3

**Ocena wizerunku Lady Fitness Club**

- 3.1. Dotychczasowe działania w zakresie Public Relations.....44
- 3.2. Wizerunek w ocenie klientów.....50
- 3.3. Wizerunek w ocenie pracowników.....60

## Rozdział 4

**Kierunki usprawnień wizerunku Lady Fitness Club**

- 4.1. Cele działań Public Relations.....65
- 4.2. Metody i techniki działań Public Relations.....66
- 4.3. Harmonogram realizacji zadań oraz budżet Public Relations.....68

Zakończenie.....	72
Spis tabel.....	74
Spis rysunków.....	75
Bibliografia.....	77
Literatura.....	77
Artykuły.....	80
Strony internetowe.....	82
Załączniki.....	83