

Kreowanie wizerunku marki na przykładzie firmy Coca – Cola.

Wstęp.....4

Rozdział I

Marka – pojecie i znaczenie w biznesie

1.1. Budowanie wizerunku marki jako znaczący element w biznesie..... 8

1.2. Tożsamość marki a wizerunek marki11

1.3. Szesciokat Kapferera..... 15

Rozdział II

Sposoby kreowania wizerunku marki

2.1. Promowanie marki globalnej17

2.2. Cechy produktu markowego..... 19

2.3. Zmiany w wizerunku marki..... 21

Rozdział III

Strategie kreowania wizerunku marki Coca Cola

3.1. Historia Coli-Coli – jak zmieniała się wraz z upływem czasu..... 23

3.2. Pozycja marki Coca-Cola na rynku27

3.3. Sposoby kreowania marki Coca-Cola..... 32

3.4. Ankieta dotycząca produktu Coca-Cola..... 37

Zakończenie..... 48

Streszczenie pracy49

Bibliografia50