

Kreowanie wizerunku marki

Wstęp.....3

Rozdział 1

Istota marki

1.1. Pojęcie i funkcja marki..... 4

1.2. Architektura marki..... 10

1.3. Wizerunek marki13

1.4. Zarządzanie marką15

Rozdział 2

Kształtowanie wizerunku produktu

2.1. Pojęcie Public Relations.....18

2.2. Techniki Public Relations..... 21

2.3. Narzędzia Public Relations..... 22

2.4. Cele Public Relations24

Rozdział 3

Kreowanie wizerunku marki na przykładzie samochodów osobowych Honda

3.1. Wizerunek samochodów osobowych marki Honda28

3.2. Wizerunek samochodów osobowych marki Honda31

3.3. Honda a konkurencja..... 32

3.4. Strategia promocji Hondy w Polsce35

Zakończenie..... 38

Spis tabel i rysunków..... 39

Spis bibliografii..... 40