

Kształtowanie marki na rynku usług budowlanych na podstawie firmy General Construction Polska

Wstęp.....2

Rozdział 1

Zarządzanie marka jako część zarządzania strategicznego

1.1. Historia powstania marki..... 4

1.2. Marka jako element strategiczny – pojęcia związane z marka..... 5

1.3. Strategia zarządzania marka12

1.4. Zarządzanie marka w usługach27

Rozdział 2

Firma General Construction Polska i jej otoczenie

2.1. Struktura branży budowlanej31

2.2. Firma General Construction Polska i jej udział w rynku..... 35

2.3. Zakres usług firmy General Construction Polska37

2.4. Otoczenie konkurencyjne przedsiębiorstwa GCP39

2.5. Pozycja konkurencyjna GCP43

Rozdział 3

Zarządzanie strategiczne w firmie General Construction Polska

3.1. Istota i elementy zarządzania strategicznego47

3.2. Zarządzanie strategiczne w firmie General Construction Polska49

3.3. Działania firmy General Construction Polska w zakresie zarządzania marka..... 53

3.4. Ocena działań i propozycje zmian58

Zakończenie68
Bibliografia71
Spis rysunków72
Spis tabel72