

# **Media społecznościowe w działalności marketingowej firmy na wybranych przykładach**

## **Wstęp**

### **Rozdział I**

#### **Podstawy wiedzy o marketingu**

1.1. Pojęcie marketingu

1.2. Marketing w przedsiębiorstwie – istota, znaczenie, organizacja

1.3. Tradycyjny marketing-mix

1.4. Wizerunek, marka, tożsamość przedsiębiorstwa

### **Rozdział II**

#### **Współczesne podejście do marketingu i komunikacji z klientem**

2.1. Kierunki rozwoju komunikacji marketingowej

2.2. Media społecznościowe

2.3. Marketing w internecie – pogłębienie wiedzy

### **Rozdział III**

#### **Media społecznościowe w działalności marketingowej wybranych przedsiębiorstw**

3.1. Wykorzystanie mediów społecznościowych w celach marketingowych i wizerunkowych przez allegro.pl (Grupa Allegro Sp. z o.o.)

3.2. Wykorzystanie mediów społecznościowych w celach

marketingowych i wizerunkowych przez Lenovo Polska

**Podsumowanie i wnioski**

**Bibliografia**

**Spis rysunków**

**Streszczenie**