

Personal branding (budowanie marki osobistej) w mediach społecznościowych (na przykładzie Tomasza Tomczyka i Pawła Tkaczyka).

Wstęp

Rozdział I

Marka

- 1.1 Geneza marki
- 1.2 Pojęcie marki
- 1.3 Pochodzenie marek
- 1.4 Funkcja i istota marki
- 1.5 Tożsamość i wizerunek
- 1.6 Silna marka
- 1.7 Pojęcie brandingu
- 1.8 Cel brandingu
- 1.9 Co- branding

Rozdział II

„ Personal Branding”

- 2.1 Pojęcie „personal brandingu”
- 2.2 Model marki osobistej
- 2.3 Definicja i narzędzia online personal brandingu
- 2.4 Cele i składniki

Rozdział III

Materiał badawczy – analizy marek osobistych Tomasza Tomczyka

i Pawła Tkaczyka

3.1 Przedstawienie bohaterów: Tomasz Tomczyk, Paweł Tkaczyk

3.2 Analiza ilościowa blogów

3.3 Analiza ilościowa wybranej platformy socjal media – Facebook

3.4 Analiza jakościowa książek

3.5 Analiza jakościowa wywiadów z blogerami

Podsumowanie

Streszczenie w języku polskim

Bibliografia

Aneks