

Promocja i reklama marki Apple

Rozdział 1

Marketing.klasyczne i współczesne pojecie

- 1.1. Definicja marketingu
- 1.2. Produkt
- 1.3 Cena
- 1.4. Dystrybucja
- 1.5. Marka

Rozdział 2.

Trendy w marketingu i ich wpływ na koncepcje kampanii reklamowych

- 2.1. Zjawisko innowacji i jej rentownosc
- 2.2. Nowe trendy w marketingu branzy technologicznej
- 2.3. Internet – nowe narzedzie przekazu medialnego
- 2.4. Wskazniki badania popularnosci reklamy internetowej
- 2.5. Media ATL i BTL w Stanach Zjednoczonych
- 2.6. Media ATL i BTL w Polsce

Rozdział 3.

Historia Apple

- 3.1. Poczatki działalności korporacji Apple
- 3.2. Wzornictwo Apple
- 3.3. Kryzys w Apple i powrót Steve'a Jobsa
- 3.4. IPOD
- 3.5. Rewolucyjny iPhone i iPad

Rozdział 4.

Apple jako zjawisko komercyjne

4.1. Finansowy fenomen Apple

4.2. Fenomen marketingowy reklam na przestrzeni lat 1980 -2014

4.3. Kult Steve'a Jobsa

4.4. Appstores

Bibliografia