

Wykorzystanie mediów społecznościowych przez firmy w celach marketingowych i wizerunkowych

Wstęp.....6

Rozdział 1.

Media społecznościowe.....9

1.1. Definicja mediów społecznościowych9

1.2. Rodzaje mediów społecznościowych13

1.2.1. Serwisy społecznościowe.....13

1.2.2. Blogi.....15

1.2.3. Mikroblogi.....17

1.2.4. Wiki19

1.3. Popularność mediów społecznościowych.....21

Rozdział 2.

Sposoby wykorzystania mediów społecznościowych przez firmy.

2.1. Profile firm na serwisach społecznościowych30

2.2. Blogi korporacyjne38

2.3. Mikroblogi firmowe46

2.4. Wiki firmowe50

Rozdział 3.

Ocena wykorzystania mediów społecznościowych przez firmy.

3.1. Przyczyny zainteresowania korporacji i firm mediami społecznościowymi.....55

3.2. Obecność firm i korporacji w mediach społecznościowych a oczekiwania internautów.....66

3.3. Korporacje i firmy w mediach społecznościowych w liczbach – wydatki i ogólna obecność w mediach społecznościowych.....70

Rozdział 4.

Przykłady wykorzystania mediów społecznościowych w celach marketingowych i wizerunkowych przez firmy w Polsce i za granicą.

- 4.1. Kogi Korean BBQ w mediach społecznościowych74
- 4.2. Lenovo Polska w mediach społecznościowych80

Zakończenie.....89

Bibliografia925

Książki.....92

Artykuły.....92

Strony www.....92

Inne 95

Spis tabel97

Spis ilustracji98

Indeks mediów społecznościowych.....101