

Wykorzystanie potencjału serwisów społecznościowych w celu budowania pozytywnego wizerunku marki

Wstęp..... 2

Rozdział I

Marka i jej znaczenie

1.1. Pojęcie i istota marki4

1.2. Znaczenia marki jako narzędzia sprzedaży8

1.3. Sposoby kreowania marki11

Rozdział II

Funkcjonowanie serwisów społecznościowych

2.1. Definicja mediów społecznościowych15

2.2. Media społecznościowe jako narzędzie komunikacji19

2.3. Sprzedaż i marketing w mediach społecznościowych22

Rozdział III

Media społecznościowe jako miejsce budowania marki

3.1. Mechanizm kreowania marki w mediach społecznościowych26

3.2. Narzędzia kreowania marki w social media29

3.3. Wpływ i możliwości mediów społecznościowych w procesie kreowania marki..... 34

Zakończenie38

Bibliografia..... 39

Spis tabel, rysunków41