

# **Znaczenie public relations na przykładzie Coca-Coli.**

## **Rozdział 1**

### **Istota Public Relations**

1.1. Pojęcie i funkcja Public Relations

1.2. Geneza i rozwój Public Relations

1.3. Planowanie Public Relations

## **Rozdział 2**

### **Instrumenty Public Relations**

2.1. Media Relations

2.2. Sponsoring – jako element rozwoju/forma finansowania

2.3. Lobbying – znaczenie w działalności gospodarczej

## **Rozdział 3**

### **Kształtowanie wizerunku firmy na przykładzie Coca-Coli**

3.1. Historia Coca-Coli

3.2. Analiza otoczenia konkurencyjnego Coca-Coli

3.3. Public Relations stosowane przez Coca-Cole

**Zakończenie.**

**Bibliografia**