

Prace24.pl

Profesjonalne Pisanie Prac

raty + antyplagiat + gwarancja

2

Wizerunek

Elementy wizerunku: Trzy perspektywy: 1) Wewnętrzna - wizerunek firmy wśród pracowników 2) Rynkowa - wizerunek rynkowy 3) Socjologiczna - wizerunek istniejący w opinii publicznej

Wymiary wizerunku firmy: 1) wewnętrzny: a) wynagrodzenie b) świadczenia socjalne c) pewność zatrudnienia d) styl kierowania 2) rynkowy: a) firma postrzegana jako innowacyjna b) pozycja rynkowa c) polityczna 3) socjologiczny: a) zaangażowanie społeczne b) orientacja ekologiczna

Typy wizerunków: 1) Zwykły - upowszechniony w kierownictwie firmy 2) lustrzany - jak sądzą w kierownictwie, ma on otoczenie społeczne 3) pożądany - można się do niego zbliżyć, trwa 5 - 10 lat 4) optymalny - kompromis możliwy do osiągnięcia

Promotion mix - To złożona kompozycja środków o zróżnicowanych funkcjach i różnej strukturze wewnętrznej wykorzystywana w polityce komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem, w której dominujące znaczenie posiadają cztery grupy instrumentów: 1. Reklama to instrument promocji będący bezosobową, płatną i adresowaną do masowego odbiorcy formą przekazywania informacji rynkowych przez określonego nadawcę 2. Sprzedaż osobista to instrument promocji polegający na prezentowaniu oferty przedsiębiorstwa i aktywizowaniu sprzedaży za pomocą bezpośrednich

-
-

-
-

-

- Prawa autorskie

-

- Reklama

-

-

-

-

- Kontakt

