

Spis treści:

Wstęp

1. Branża

1.1. Marketing

1.2. Zintegrowana komunikacja marketingowa

1.3. Copywriting

2. Zasoby wiedzy copywritera

2.1. Retoryka

2.2. Semiotyka

2.3. Psychologia

3. Warsztat copywritera

3.1. Brief

3.2. Wprowadzenie

3.3. Cele strategiczne

3.4. Corporate identity

3.5. Segmentacja

3.6. Kanały komunikacji

3.6.1. Prasa

3.6.2. Radio

3.6.3. Telewizja

3.6.4. Outdoor

3.6.5. Internet

3.7. Produkt

3.8. Aspekty prawne

3.9. Metody ewaluacji

3.10. Przedmiot zlecenia

3.10.1. Komunikacja wewnętrzna: narzędzia komunikacji pośredniej i bezpośredniej

3.10.2. Naming: nazwa firmy, nazwa produktu

3.10.3. Reklama: slogan reklamowy i body copy

3.10.4. Webwriting: seo copywriting, blog, call to action

3.10.5. Branding: architektura marki, opakowanie

3.10.6. Promocja sprzedaży

3.10.7. Public relations

3.10.8. Event marketing

3.10.9. Marketing polityczny

3.10.10. Marketing społeczny

Zakończenie

Spis ekspertów

Bibliografia

Spis tabel

Spis rysunków