

Obsah

ÚVOD	7
1. kapitola VÝZNAM ZNAČKY	12
2. kapitola SPOTŘEBITELSKÝ PRŮZKUM A NOVÉ VÝROBKY	18
3. kapitola MOC MALOOBCHODNÍKŮ	23
4. kapitola REKLAMA – ROZHOVOR SE SPOTŘEBITELEM	33
5. kapitola PUBLIC RELATIONS	41
6. kapitola PROPAGACE – ÚTOK NA NÁKUPNÍ CENTRA	51
7. kapitola PŘÍMÝ MARKETING	55
8. kapitola MARKETING A SPORT	64
9. kapitola GLOBÁLNÍ MARKETING	72
10. kapitola ZÍSKÁVÁNÍ STÁTNÍKŮ	80
11. kapitola MARKETINGOVÝ PRŮVODCE WASHINGTONEM	86