

OBSAH

ÚVOD	5
1 HISTORIE A VÝVOJ ZNAČKY	7
2 DEFINICE ZNAČKY.....	9
3 TVORBA A HODNOTA ZNAČKY	12
Praktický přístup výzkumných agentur k výpočtu hodnoty značky	15
Příklad úspěšné značky	18
Příklad selhání značky	19
4 IDENTITA ZNAČKY	21
Co je love brand?	21
Zážitkový marketing.....	23
Narodila se značka	24
5 IMAGE ZNAČKY	28
A co když je všechno jinak	30
6 OCHRANA ZNAČKY	32
7 STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ ZNAČKY	35
Management značky.....	35
Strategický přístup ke značce.....	36
8 ROZHODOVACÍ PROCES	39
Postup při rozhodování.....	39
Spotřebitelské chování z pohledu značky	41
9 TOP 10 ZNAČEK NA ČESKÉM TRHU	45

10 VÝSLEDKY PRIMÁRNÍHO VÝZKUMU: ČESKÝ A SLOVENSKÝ SPOTŘEBITEL A ZNAČKA	50
Základní východiska výzkumu	50
Charakteristika respondentů	52
Postoj respondentů k významu a vlivu ceny na vnímání značky	58
Postoj respondentů k významu a vlivu kvality na vnímání značky.....	64
Postoj respondentů k významu a vlivu země původu na vnímání značky	69
Informovanost respondentů o produktu a jejich ochota získat si potřebné informace	80
Spontánní znalost značek a postoje českých a slovenských spotřebitelů ke značkám	88
ZÁVĚR	97
RESUMÉ	99
BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM.....	101