

Obsah

Program semináře	5
Úvodem ke sborníku příspěvků	6
Tržní příležitosti automobilových značek v době krize	8
Šrotovné	18
Závislost prodeje osobních automobilů na ceně v období ekonomické recese	25
Vytlačuje šrotovné budoucí prodeje?	34
Zákaznická loajalita uživatelů značky Škoda	43
Vliv doplňkového sortimentu na spokojenost a loajalitu zákazníků na trhu osobních automobilů	52
Evropský patent a prezentace značky	59
Finanční služby v automobilovém průmyslu	69