

# Obsah

<i>Úvodní slovo</i>	7
Přehodnocení marketingu <i>Roland T. Rust, Christine Moormanová a Gaurav Bhalla</i>	9
Posílení moci marketingu <i>Beth Comstocková, Ranjay Gulati a Stephen Liquori</i>	25
Marketingová krátkozrakost <i>Theodore Levitt</i>	43
Marketingové lajdáctví: Příčina a léčba <i>Clayton M. Christensen, Scott Cook a Taddy Hall</i>	73
Vysvědčení značky <i>Kevin Lane Keller</i>	95
Ženská ekonomika <i>Michael J. Silverstein a Kate Sayreová</i>	117
Nabídky hodnoty pro zákazníka na obchodních trzích <i>James C. Anderson, James A. Narus a Wouter van Rossum</i>	133
Správné porozumění komunitám značek <i>Susan Fournierová a Lara Leeová</i>	155