

# OBSAH

	Úvod	8
KAPITOLA PRVNÍ	Proč jsou značky důležité pro zákazníky	16
KAPITOLA DRUHÁ	Jak se společnost Volkswagen, založená hlavně na technických dovednostech, zamilovala do značek	32
KAPITOLA TŘETÍ	Kde se značky vzaly a co se stalo, když dospěly	50
KAPITOLA ČTVRTÁ	Žít značkou Řízení značek v oblasti služeb	72
KAPITOLA PÁTÁ	Značky na globální scéně Stejnorodost, různorodost a postoj	90
KAPITOLA ŠESTÁ	Proč jsou značky důležité i v rámci firmy Značka jako vnitřní pouto	108
KAPITOLA SEDMÁ	„Made in...“ Co to znamená a jaký to má smysl?	128
KAPITOLA OSMÁ	Značka a národ	144
KAPITOLA DEVÁTÁ	Jak vytvořit a udržet značku Několik užitečných pokynů	166
KAPITOLA DESÁTÁ	Značka a jak na ní vydělat	190
KAPITOLA JEDENÁCTÁ	Značky: kdo tomu všemu skutečně velí?	208
KAPITOLA DVANÁCTÁ	Budoucnost značek	224
	<i>Poznámky</i>	237
	<i>Literatura</i>	240
	<i>Autoři fotografií</i>	243
	<i>Poděkování</i>	245
	<i>Rejstřík</i>	247