

Marka Apple jako wyznacznik prestiżu obecnych czasów

Wstęp..... 4

Rozdział I

Marka i jej znaczenie na rynku

1.1. Pojęcie i istota marki6

1.2. Znaczenie marki jako narzędzie kreowania sprzedaży..... 9

1.3. Sposoby kreowania marki..... 13

Rozdział II

Apple – firma i jej pozycja rynkowa

2.1. Historia marki Apple19

2.2. Promowanie i kreowanie marki Apple..... 23

2.3. Rola Steve`go Jobsa i jego wpływ na rozwój marki..... 28

Rozdział III

Marka Apple jako marka prestiżowa

3.1 Ocena marki Apple pod kątem marki prestiżowej..... 32

3.2. Promowanie marki Apple jako produktu prestiżowego36

3.3. Strategia sprzedażowa marki Apple jako element budowania prestiżu marki.....39

Zakończenie45

Bibliografia47

Spis rysunków..... 49