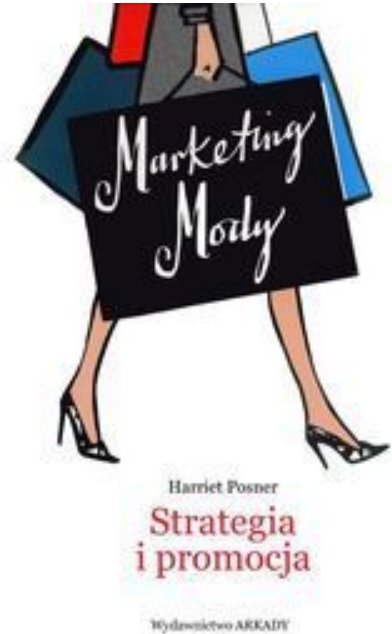


MARKETING MODY. Strategia i promocja



Cena: 48,30 PLN

Opis słownikowy

Autor	Posner Harriet
Format	19x25
ISBN	978-83-213-5064-6
Rok wydania	2019
Wydawca	Arkady

Opis produktu

Oprawa miękka, Stron 240

Praktyczny przewodnik po podstawowych zasadach marketingu i branding, od tworzenia profilu klienta po budowanie tożsamości marki. Książka wyjaśnia kluczowe koncepcje teoretyczne i pokazuje, w jaki sposób mogą być one wykorzystane w skali globalnej i w handlu detalicznym, od haute couture po produkcję masową. Omawia wszystkie narzędzia dostępne w arsenale nowoczesnego marketera, od udziału w targach mody po marketing wirusowy i strategie internetowe.

Marketing i branding odgrywają decydującą rolę w dzisiejszej branży mody – są stymulującymi i fascynującymi dyscyplinami, które wpływają na wiele decyzji – strategicznych oraz dotyczących procesu twórczego, podejmowanych w dziedzinie projektowania mody i rozwoju produktu. Marketing stanowi pomost pomiędzy tym, co niematerialne w modzie, a konkretną rzeczywistością biznesu. Może być postrzegany jako całościowy system łączący cele komercyjne i wartości przedsiębiorstwa z osobistymi ideałami, pragnieniami i faktycznymi potrzebami konsumentów.