



## Słowa-kлючe do wykładu „Metkызacja świata biznesu”

Dr Barbara Mróz-Gorgoń

Wrocław, dnia 14 marca 2016 r.

---

**Marka** to nazwa, termin, symbol lub ich kombinacja stworzona celem identyfikacji dóbr lub usług sprzedawcy lub ich grupy lub wyróżnienia ich spośród konkurencji.

Marka zatem identyfikuje sprzedawcę lub producenta. Z mocy prawa o znakach zastrzeżonych, sprzedawcy przyznaje się wyłączne prawa do użycia marki w nieokreślonym czasie, co odróżnia ją od patentu i prawa autorskiego, które wygasają.

Sześć znaczeń marki: *cechy, korzyści, wartości, kultura, osobowość, użytkownik.*

### **Cele polityki marki z punktu widzenia firmy:**

- wyprofilowanie własnej oferty wśród nabywców,
- wyróżnienie własnej oferty od konkurencji,
- identyfikowanie się konsumenta z marką,
- stworzenie preferencji wobec własnej marki,
- marka jako nośnik wizerunku dla oferty lub firmy,
- zapewnienie przestrzeni dla polityki cenowej.

**Znak** jest czymś (przedmiot – środek przekazu), co komuś (użytkownik znaku) zastępuje (reprezentuje) coś innego pod względem jakichś cech, doświadczeń czy funkcji.

### **MOTYWY EKONOMICZNE inwestowania w markę:**

- wyższa sprzedaż,
- wyższe zyski,
- wyższa sprzedaż jutro,

- marki mają swoją wartość.

**MOTYWY STRATEGICZNE inwestowania w markę:**

- utrudnienie życia konkurentom (także potencjalnym),
- wykorzystanie silnej marki dla znakowania nowych produktów,
- korzyści z globalnej skali działania.