



## Skrypt do wykładu

### „Zarządzanie marką”

[Wykład AME w Katowicach, 7 XI 2011]

#### **Marka (znak towarowy)**

Nazwa, symbol, kompozycja kolorystyczna, melodia lub ich kombinacja wykorzystywana w celu odróżniania produktu od produktów konkurencyjnych. Marka pełni funkcję informacyjną, promocyjną i gwarancyjną.

#### **Tożsamość marki**

Wizja marki wykreowana przez sponsora marki za pomocą kilku instrumentów. Instrumentami tymi są słowo, slogan, kolory, symbole (logo) i/lub zestaw opowieści.

#### **Strategia jednej marki**

Oznaczanie wszystkich produktów oferowanych przez firmę tą samą nazwą marki (np. Adidas, IBM, Sony)

#### **Strategia wielu marek**

Oznaczenie każdej kategorii produktów inną marką (np. w portfolio marek należących do Mars Incorporated znajdują się m.in. marki Milky Way, Twix, Snickers)

#### **Strategia rozciągania (rozszerzenia) marki**

Użycie istniejącej marki do firmowania nowych produktów. Może polegać na wprowadzeniu na rynek pod tą samą marką dodatkowych produktów tej samej lub innej kategorii (np. wprowadzenie na rynek rowerów opatrzonych marką Puma).