

Abstrakt

Název: Postavení produktů basketbalové značky Air Jordan na trhu

Cíle: Hlavním cílem této bakalářské práce je analýza postavení produktů značky Air Jordan v povědomí veřejnosti a na jejím základě navrhnout taková opatření, která by vedla ke zlepšení postavení značky Air Jordan na českém trhu s basketbalovým vybavením.

Metody: Ke sběru informací pro tuto bakalářskou práci byla použita metoda veřejného mínění neboli dotazníkové šetření. Ke sběru dat byl vybrán strukturovaný dotazník. Následně byla tato získaná data interpretována a analyzována.

Výsledky: Při analýze povědomí o značce byly zjištěny některé nevýhody a nedostatky produktů značky Air Jordan oproti nejbližším konkurentům na trhu. Návrh byl sestaven tak, aby řešil tyto nedostatky, byl realizovatelný a vyhovoval menšímu českému trhu.

Klíčová slova: marketing, produkt, branding, cena, značka