

Abstrakt

Bakalářská práce na téma „Fenomén Apple – budování značky a závislost jejího úspěchu na osobě Steva Jobse“ se zabývá procesem budování značky a marketingových strategií v pojetí společnosti Apple, která se stala jednou z největších společností na světě. Mým cílem je poukázat na faktory, které k tomuto úspěchu vedly a také objasnit, jakým způsobem se na něm podílel Steve Jobs, který je mediálně prezentován jako klíčová postava této společnosti. Na následujících stránkách čtenáři přiblížím teoretické zázemí pojmu značka, jeho historii a prvky, a poté na něj budu aplikovat konkrétní přístup společnosti Apple. V další části se zaměřím na marketingové aktivity a v závěru také nastíním současnou konkurenční pozici Applu na trhu informačních a komunikačních technologií a poukáži na jeho pozitivní i negativní aspekty.

Abstract

The bachelor thesis entitled „The phenomenon of Apple – brand building and the influence of Steve Jobs on its succes“ is focused on the brand building process and marketing strategies of Apple, one of the most succesful companies in the world. My goal is to highlight the factors leading to this succes and to outline the importnace of Steve Jobs, who is generally presented as a key figure of this company. On the following pages, I present the theoretical background of a brand, its history and elements and use them to analyze Apple´s own approach to the process of brand building. Furthermore, I focus on the marketing activities and current market position of Apple and describe its positive and negative aspects.