

Abstrakt

Bakalárska práca „Marketingové aktivity módnej značky Pietro Filipi v rokoch 2010-2012“ sa zaoberá popisom a analýzou pôsobenia a komunikácie značky pietro filipi na trhu v Českej republike. Tieto aktivity sú v bakalárskej práci spracované na základe princípov marketingu módnych značiek a branding. V prvej časti práce je popísaná situácia na trhu v ČR, stratifikácia domácich a zahraničných značiek, a špecifiká jednotlivých segmentov módy. V ďalšej časti je spracovaná priama domáca a zahraničná konkurencia zo segmentu prémiových značiek strednej kategórie, jej marketingová komunikácia a aktivity. Druhá polovica práce sa venuje deskripcii a analýze histórie pietro filipi, produktovým radám, cieľovej skupine a špecifickým marketingovým aktivitám značky. Realizované dotazníkové šetrenie v mieste predaja poukazuje na nedostatky značky v komunikácii so zákazníkmi a na jej nejasnú identitu.