

Marketingové strategie a zavedení motocyklu JAWA 250 na trhy nově přistoupivších zemí Evropské unie

Cíle práce: Vytvoření marketingové strategie pro zahájení prodeje motocyklů JAWA na rumunském trhu.

Metody: elektronické dotazování, interview

Výsledky: Podávají přehled o preferencích potenciálních zákazníků a stavu trhu z pohledu experta rumunský trh.

Klíčová slova: marketingový výzkum, značka, propagace, interkulturní komunikace