

САДРЖАЈ:

1. УВОДНА РАЗМАТРАЊА	1
1.1. Циљ и предмет рада.....	1
1.2. Методе рада.....	2
1.3. Хипотезе рада.....	2
2. ТЕОРИЈСКИ ОКВИР РАДА	3
2.1. Савремени маркетинг	3
2.1.1. Дефинисање маркетинга.....	3
2.1.2. Настанак маркетинга.....	5
2.1.3. Савремени маркетинг.....	9
2.2. Бренд	13
2.2.1. Дефиниција бренда.....	14
2.2.2. Формирање и настанак бренда	16
2.2.3. Брендери у свијету	19
2.3. Свјетски брендови	20
2.3.1. Популарност свјетских брендова.....	21
2.3.2. Маркетинг свјетских брендова	23
2.3.3. Савремени маркетиншки алати свјетских брендова.....	25
3. ИСТРАЖИВАЧКИ ОКВИР РАДА.....	28
3.1. Досадашњи примјери и истраживања	28
3.2. Свјетски брендови некад	29
3.3. Примјери свјетских брендова данас	33
3.4. Тумачење резултата анализе	39
3.5. Закључна разматрања и отварање нових питања	41
ЗАКЉУЧАК.....	43
ЛИТЕРАТУРА.....	45
ПОПИС ТАБЕЛА	49
ПОПИС СЛИКА	49
ПОПИС ГРАФИКОНА.....	49