

O autorkách / 7

Úvod / 9

Poděkování / 11

1. Vymezení pojmu fashion a móda / 13

2. Odvětví fashion a jeho vývoj / 17

2.1 Počátky a vývoj módního trhu / 17

2.2 Textilní a oděvní trh ve světě / 21

2.3 Textilní a oděvní trh v České republice / 35

3. Fashion retail / 69

3.1 Obchodní modely v odvětví fashion / 69

3.2 Volba vhodné strategie / 72

3.3 Koncept Carrier Bag / 75

3.4 Visual merchandising / 79

4. Marketing a PR ve fashion / 91

4.1 Marketingová strategie / 91

4.2 Zákazníci odvětví fashion / 99

4.3 Význam značky ve fashion / 102

4.4 Reklama a PR ve fashion / 106

5. Vznik nového produktu ve fashion / 113

6. Fenomén fast fashion versus „vysoká móda“ haute couture / 119

6.1 Fast fashion – rychlá móda / 119

6.2 Haute couture / 122

6.3 Pojetí luxusu ve fashion / 124

7. Udržitelná móda / 131

7.1 Aktuální situace ve světě / 132

7.2 Podpora udržitelné módy v Česku / 145

8. Právní minimum pro manažerská rozhodnutí / 153

8.1 Zahájení podnikání / 153

8.2 Financování / 157

8.3 Ochrana duševního vlastnictví / 158

8.4 Navrhování, vývoj a výroba / 170

8.5 Marketing & PR / 177

8.6 Prodej / 181

Literatura / 187