

# **Budowanie strategii marketingowych w oparciu o produkty markowe**

**prof. nzw. dr hab. Wiesław Harasim**

Celem artykułu jest wskazanie znaczenia wykorzystania rozwoju nowych narzędzi służących budowaniu strategii marketingowych w oparciu o markę produktu.

W nowej erze cyfrowej tradycyjnie rozumiane rynki oddają miejsca sieciom, posiadanie zasobów jest zastępowane dostępem do nich. W nowym typie gospodarki łańcuch wartości przekształca się w sieć wartości, a wykorzystywana technologia pozwala wprowadzać innowacyjne rozwiązania strukturalne.

**Słowa kluczowe:** strategia komunikacji marketingowej, globalizacja, era cyfrowa, zarządzanie organizacją.

Kody JEL: M15

## **Abstract - Building a marketing strategy based on branded products**

The aim of the article is to point out the importance of the use of the development of new tools for building a marketing strategy based on product brand.

In the new digital era traditionally understood markets give space networks, has the resources it is replaced with access to them. The new type of economy value chain transforms into a value network and used technology allows to introduce innovative structural solutions.

**Keywords:** marketing communication strategy, globalization, the digital age, the management of the organization.

Kody JEL: M15