

УДК: 33

THE EVOLUTION OF THE GLOBAL CORPORATE BRAND

Dzhioev Aleksandr

На примере автопроизводителя марки «Ягуар» показано, что неясность в мировой экономике часто приводит к международным продажам и слияниям, которые положительно влияют на бренд.

Ключевые слова: *нестабильность мировой экономики, изменения в международных продажах, слияния и поглощения, бренд*

Литература

1. Aaker D. 2013, Strategic Market Management, 10th ed., John Wiley & Sons.
2. Automotive News Data Center, <http://www.autonews.com/section/datalist>
3. Chung K., Youn C. and Lee Y. 2014, "The Influence of Luxury Brands' Cross-Border Acquisition on Consumer Brand Perception", Clothing and Textiles Research Journal, Vol. 32. № 4.
4. Company's annual report 2014-2015, <http://annualreport2015.jaguarlandrover.com/>
5. European Automobile Manufacturers Association (ACEA) statistics, Consolidated Registrations - By Manufacturer, <http://www.acea.be/statistics/tag/category/by-manufacturer-registrations>
6. Jaguar Land Rover reports strong full year sales for 2014, <http://www.jaguarlandrover.com/gl/en/investor-relations/news/2015/01/12/jaguar-land-roverdecember-1415-sales/>
7. Tata Motors Limited, Historical JLR Monthly Retails - Carline and Regionwise, <http://www.tatamotors.com/investors/volumes.php>