

Spis treści

Moda	7
Moda w komunikacji społecznej	11
Teoria <i>trickle-down</i>	12
Teoria <i>trickle across</i>	14
Teoria <i>trickle up</i>	15
Moda i architektura	17
Problem ornamentu	27
Dystrybucja mody	35
Dystrybucja multibrandowa	37
Koncepcja jednej marki	39
Innowacyjny marketing	56
Marka	67
Marka produktu	67
Marka w architekturze	70
Nowe trendy	83
Przewaga technologiczna	83
Przewaga w zakresie przewidywania przyszłych trendów	85
Coolhunting	90
Coolhunting w architekturze	96
Projektowanie emocjonalne	108
Architektura	124
Architektura społeczeństwa podążającego za modą	124
Kwestia postawy twórczej	127
Literatura	224
Spis ilustracji i tabel	229