

ABSTRAKT

Téma práce: Guerilla marketing- nový fenomén marketingovej komunikácie

Autor: Anna Osifová

2. ročník Ing.

Odbor štúdia: Ekonomika a manažment malých a stredných podnikov

Konzultant: Povazsayová Lucia, Ing.

Obsah: Predkladaná práca je zameraná na nový fenomén v marketingovej komunikácii. Cieľom práce je prezentovať guerilla marketing ako nový nástroj marketingovej komunikácie, vysvetliť základné teoretické pojmy a poukázať na výhody jeho aplikácie v praxi. Práca poukazuje na výhody, ktoré guerilla marketing prináša. Pri získavaní informácií bol najdôležitejším zdrojom internet a samozrejme dostupná literatúra. Najvýznamnejšou výhodou guerilla marketingu je ušetrenie nákladov potrebných na propagáciu podniku a jeho produktov. Guerilla marketing je spôsobom marketingovej komunikácie založeným na kreativite a originalite, čo umožňuje vypracovať ľahko zapamätateľnú kampaň, ktorá zákazníkov osloví. Na mnohých príkladoch je viditeľné, že tento spôsob marketingu je účinný a efektívny. Aj preto začína byť obľúbený a vyhľadávaný najmä v zahraničí. Guerilla marketing zatiaľ nie je na Slovensku rozšírený, no prvé kampane takéhoto druhu sa už objavili.

Kľúčové slová: Marketing. Marketingová komunikácia. Guerilla marketing.