

Abstrakt práce

Téma práce: Marketingová komunikace příprav festivalu Cesty světem

Meno autora : Kateřina Krejčí

Ročník a obor štúdia: 3. ročník, obor Marketing a management

Konzultant/vedúci práce: Ing. Martin Příbyl, Ph.D.

Obsah

Hlavním cílem práce je pomocí dílčích cílů na základě zjištěných informací navrhnout marketingovou komunikaci dalšího ročníku festivalu Cesty světem. Dílčími cíli jsou analýza konkurence, analýza současného stavu marketingové komunikace a provedení dotazníkového šetření a jeho následné vyhodnocení.

V teoretické části jsou vymezeny pojmy marketing, marketingový mix, marketingový výzkum a marketingová komunikace obecně. Dále jsou zde popsány jednotlivé složky komunikačního mixu. V praktické části autorka provedla zhodnocení komunikace 1. ročníku festivalu Cesty světem, analýzu konkurence, SWOT analýzu a dotazníkové šetření s jeho následným vyhodnocením. V rámci dotazníkového šetření jsou stanoveny hypotézy, jejichž platnost je dále ověřována pomocí statistických metod.

Na základě zjištěných informací a jejich následného vyhodnocení byla zjištěna absence určitých cílových skupin, z čehož vyplynulo, že současná marketingová komunikace zcela tyto skupiny minula. Bude proto nutné zefektivnit komunikaci právě k těmto cílovým skupinám. Součástí práce je návrh marketingové komunikace s přihlédnutím k odlišnostem jednotlivých cílových skupin včetně načasování a kalkulace. Faktorem, které je nutno respektovat, je také rozpočet, který není vzhledem k charakteru akce nijak vysoký. Dalším výsledkem dotazníkového šetření je získání e-mailových adres účastníků. Tyto adresy budou použity jako základ databáze, která bude nadále rozšiřována a používána ke komunikaci s účastníky.

Klíčové slova: marketingová komunikace, komunikační mix, metoda řízeného rozhovoru, metoda pozorování, dotazníkové šetření