

Abstrakt práce

1. Téma práce – Marketingová komunikace v MCR

2. Meno autora – Petra Poláčková

3. Ročník a odbor štúdia – 3. ročník, marketing a management

4. Konzultant/vedúci práce - Ing. Martin Přibyl, Ph.D.

5. Obsah

a) cieľ riešenia

Cílem práce je na základě sběru a zpracování dat navrhnout doporučení pro zlepšení marketingové komunikace v místním cestovním ruchu na příkladě města Znojma. Hlavní cíl sestává z dalších, dílčích cílů, kterými jsou:

- seznámení se s řešeným územím
- sestavení SWOT analýzy marketingového prostředí
- analýza marketingové komunikace města Znojma
- návrhy zlepšení komunikačního mixu města Znojma.

b) obsah riešenia

Jedním z kroků, které napomohou k dosažení stanovených cílů, je bezpochyby seznámení se s definicemi pojmů z oblastí marketingové komunikace a cestovního ruchu, které jsou vysvětleny v teoretické části. V části praktické je představeno samotné město Znojmo, jeho přírodní, kulturně-historický a společenský potenciál, včetně SWOT analýzy. Dále je popsán stávající komunikační mix tohoto města. K analýze současného stavu napomohl i marketingový průzkum, který byl zaměřený na turisty města Znojma. Průzkum byl proveden formou dotazníkového šetření. Dotazníky byly vyhotoveny jak v tištěné, tak elektronické podobě. Poslední část se zabývá vyhodnocením dotazníkového šetření a následně návrhům směřujícím na zlepšení komunikačního mixu tohoto města.

c) dosiahnuté výsledky

V práci bylo dosaženo objasnění pojmů z oblastí marketingové komunikace a cestovního ruchu. Bylo představeno město Znojmo včetně jeho silných a slabých stránek a identifikování příležitostí a hrozeb. Přínosem práce je bezpochyby provedený marketingový průzkum, jehož výsledky slouží jak autorovi práce, tak přímo městu Znojmu, jelikož odpovědi pochází z hlav turistů, kteří se stali respondenty tohoto

průzkumu. Průzkum odhalil nedostatky, ale i přednosti marketingové komunikace města. Druhým navazujícím přínosem jsou návrhy zlepšení komunikačního mixu, které by napomohly k lepší propagaci města Znojma a tím ke zvýšení příjmů z cestovního ruchu.

6. Klíčové slova

Marketingová komunikace, cestovní ruch, Znojmo