

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá návrhem marketingové strategie malé šperkařské dílny Ifé hand made. Práce je rozdělena na dvě části: teoretickou a praktickou. Teoretická část na základě odborné literatury vymezuje pojem marketingová strategie, zabývá se jednotlivými fázemi její tvorby a dále se věnuje rozdělení strategií podle marketingového mixu.

Na teoretickou část práce navazuje část praktická, jež je věnována praktickému uplatnění teoretických poznatků na příkladu šperkařské dílny Ifé. V rámci praktické části je provedena situační analýza, která zkoumá vnější i vnitřní prostředí firmy pomocí analýz PESTE, Porterova modelu pěti sil a hodnototvorného řetězce. Výsledky z těchto analýz jsou shrnuty ve SWOT analýze. Dále je proveden výzkum v podobě dotazníkového šetření, jež zkoumá nákupní chování občanů z Moravskoslezského kraje ve vztahu ke šperkům. Vyvrcholením celé práce je návrh marketingové strategie podle nástrojů marketingového mixu, jež vychází z provedených analýz a dotazníkového šetření.