

## Abstrakt

Tato diplomová práce s názvem Návrh marketingové strategie pro začínající e-shop odborného vydavatelství a nakladatelství Knihy Togga, se zabývá aktivním nastavením základních kampaní, které by měly být naprostým základem pro provozování elektronického obchodu. Je rozdělená na teoretickou a praktickou část. Teoretická část práce vysvětluje čtenářům pojmy jako marketingová komunikace, marketingový plán a také stručně popisuje reklamu jako celek. Dále podrobněji představuje jednotlivé formy internetové reklamy, které jsou použity v rámci praktické části a také jak funguje obchodování na internetu v rámci elektronického obchodu. Praktická část diplomové práce představuje v jednotlivých kapitolách a podkapitolách původní stav marketingové komunikace podniku Knihy Togga a také vysvětluje nastavování kampaní nových a jejich konkrétní nastavování v rámci jednotlivých služeb, které jsou pro takové úpravy běžné či typické. Dále v praktické části je uvedeno, jak bylo postupováno v rámci plnění marketingových cílů a rozložení takových cílů do více variant. V neposlední řadě v praktické části práce představuje konkrétní výsledky kampaní a reklam, které byly spuštěny v rámci předem stanoveného harmonogramu. Na konci praktické části je kapitola, která shrne veškeré výsledky a na základě sesbíraných dat poskytne podniku doporučení pro následné marketingové využití.