

## **Abstrakt**

Bakalářská práce „Interiéry obchodů a jejich vliv na zákazníky“ se zabývá vlivem in-store marketingu, spotřebitelského chování, interiérového designu a světových událostí na kamenný maloobchod. První část se věnuje vymezení in-store marketingové komunikace a seznamuje se základními pojmy, nástroji a funkcemi marketingu v místě prodeje. Dále se práce věnuje úpadku retailu a spotřebitelským chováním. Poslední teoretická část pojednává o nákupní atmosféře a nákupním prostředí, jež hraje velkou roli v POP marketingové disciplíně. Praktická část se věnuje kvantitativnímu výzkumu, který se snaží zjistit které prvky interiérů působí na zákazníky nejvíce, jaký je jejich vztah ke kamenným prodejnám po pandemii nebo také jak velkou roli hraje smyslová komunikace. V poslední části shrnuje SWOT analýza silné a slabé stránky kamenných prodejem v kombinaci s příležitostmi a hrozbami, kterým obchody čelí. Cílem práce je získat nové poznatky ohledně in-store marketingu, interiérového designu a spotřebitelského chování.