

Abstrakt

Název: Marketingová komunikace vybraných plaveckých bazénů v Praze prostřednictvím specifických komunikačních nástrojů

Cíle: Cílem této bakalářské práce je zhodnotit vybrané části marketingové komunikace zvolených plaveckých bazénů, porovnat vzájemně mezi sebou a v případě nedostatků navrhnout doporučení na jejich odstranění a celkové zlepšení zkoumaných částí marketingové komunikace.

Metody: V této bakalářské práci budou použity pro výzkum dvě metody. První výzkumnou metodou bude kvalitativní metoda osobního pozorování, kdy autorka osobně navštíví plavecká centra a ohodnotí jejich marketingovou komunikaci v místě prodeje. Druhou výzkumnou metodou v této práci bude dotazníkové šetření, ve kterém bude ověřována použitelnost webových stránek jednotlivých plaveckých center.

Výsledky: Výsledkem této bakalářské práce je návrh na zlepšení marketingové komunikace v místě prodeje vybraných plaveckých bazénů v Praze. Návrh na zlepšení vychází z předešlé analýzy aktuální marketingové komunikace. V návrhu byly stanoveny konkrétní POP materiály, které by mohly zefektivnit marketingovou komunikaci v místě prodeje. Dalším výsledkem je návrh na zlepšení webových stránek, který byl proveden na základě předešlého kvantitativního výzkumu. V doporučení byly stanoveny konkrétní kroky pro zlepšení použitelnosti webových stránek.

Klíčová slova: marketingová komunikace v místě prodeje, online marketingová komunikace, webové stránky, plavecké bazény