

## **Abstrakt**

Cílem práce bylo popsat klíčové oblasti business modelu a vytvořit marketingový plán pro malý podnik spravovaný paní Markétou Lukáčovou. Práce se nejdříve věnuje vymezení teoretického rámce malého podnikání v České republice a Evropské unii. Stručně popisuje formu business modelu a marketingového plánu, kterou chce využít v návrhových částech práce. Následně probíhá charakteristika podniku, nabízeného sortimentu a služeb. V metodologické části se za pomoci dvou kvalitativních metod výzkumu zkoumají přesvědčení věrných a nových zákazníků ohledně zákaznického zážitku u paní Lukáčové. Před výzkumy se nacházejí situační analýzy, konkrétně matice hrozeb a příležitostí společně se SWOT a PESTLE analýzami. Analýzy doplní deskripce marketingové komunikace podniku paní Lukáčové a její konkurence. V návrhové části business modelu se podle Business Model Canvas stanoví jeho základní náležitosti. Jedná se především o popsání aktuální situace podniku, přičemž zmíněné schéma poskytne prostor pro implementaci nových skutečností. Zejména pak v hodnotové propozici, kde se pro podnik vytvoří klíčové hodnoty vhodné pro budoucí marketingovou komunikaci. V návrhové části marketingového plánu jsou provedeny jeho první tři části odvozené z odborné literatury. Skládá se z plánovacího procesu, marketingového strategického plánování a marketingového operativního plánování. Vytvoří se návrhy jak pro dlouhodobý, tak pro krátkodobý marketingový plán. Ty obsahují především návrhy na konkrétní marketingové aktivity vhodné pro implementaci do marketingové komunikace podniku.