

## **Abstrakt**

Název práce: Marketingová komunikace společnosti HISPORT, s.r.o.

Cíle práce: Cílem je na základě provedených analýz popsat a zhodnotit současnou situaci marketingové komunikace společnosti. V návaznosti na to vytvořit návrhy nových metod a nástrojů marketingové komunikace, které by bylo možné využít.

Metody: Použitou metodou v této práci byla kvalitativní- deskriptivní případová studie, která byla sestavena na základě analýzy dokumentů a osobního dotazování, konkrétně polostrukturovaného rozhovoru se společníkem firmy.

Výsledky: Výstupem práce je nová strategie marketingové komunikace na období květen 2013 až srpen 2014 pro společnost HISPORT,s.r.o., která byla vytvořena na základě shrnutí výhod, nevýhod a možnostech rozšíření stávající marketingové komunikace. Součástí strategie jsou upravené stávající a nové prostředky propagace, popis těchto nástrojů, časové rozvržení-media plán a finanční plán.

Klíčová slova: marketing, marketingová komunikace, propagace, osobní dotazování